

تصویر ابو عبد الرحمن کردی

عبد السعادی

نوشته : وینسنت پرایس

ترجمه : علی رستمی

الهام میرتهامی

افکار عمومی

چاپ دوم

افکار عمومی

نویسنده:

وینسنت پرایس

مترجمان:

علی رستمی و الهام میرتھامی



Price, Vincent

پرایس، وینسنت

افکار عمومی / مؤلف وینسنت پرایس؛ مترجمان علی رستمی، الهام میرتهامی. - تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۹۰.
۱۹۹ ص.

ISBN 978-964-6946-42-2: ۳۰۰۰۰ ریال

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

Public Opinion

عنوان اصلی:

کتابنامه ص [۱۸۳] - ۱۹۹.

۱. افکار عمومی. الف، رستمی، علی، مترجم. ب. میرتهامی، الهام، مترجم. ج. عنوان.

۳۰۳/۳۸

۱۳۸۲ ۷ الف پ ۴۶۱ / HM

۸۲-۱۳۶۰۳ م

کتابخانه ملی ایران

این کتاب ترجمه‌ای است از:

Price, Vincent, *Public Opinion*, California, SAGE Publication, 1992, 111 pp.

افکار عمومی

نویسنده: وینسنت پرایس

مترجمان: علی رستمی، الهام میرتهامی

ناشر: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی

نوبت چاپ: دوم ۱۳۹۰

تیراژ: ۱۵۰۰

چاپ و صحافی: مجاب

قیمت: ۳۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۶۹۴۶-۴۲-۲



پژوهشکده مطالعات راهبردی

تهران خیابان کریم خان زند، خیابان آبان جنوبی، خیابان رودسر شرقی، شماره ۷

صندوق پستی: ۵۱۸۹-۱۴۵۵

دورنگار: ۸۸۸۹ ۶۵ ۶۱

تلفن: ۸۸۹۱ ۲۸۳۰

روابط عمومی: ۸۸۸۰ ۲۴۷۷

تلفکس انتشارات: ۸۸۸۰ ۲۴۷۶

کلیه حقوق برای پژوهشکده مطالعات راهبردی محفوظ است.

فهرست مطالب

سخن ناشر.....	۹
مقدمه	۱۱

فصل اول: مسایل افکار عمومی

درآمد.....	۱۹
۱- منشأهای ایده	۲۱
پیش‌بینی‌ها و تخمین‌ها.....	۲۱
مفاهیم اولیه افکار	۲۲
مفاهیم اولیه عموم	۲۴
۲- پیدایش افکار عمومی	۲۶
پیدایش یک قلمرو عمومی	۲۸
ابهام‌های موجود در معنای افکار عمومی	۳۰
افکار عمومی و حکومت اکثریت	۳۴
۳- افکار عمومی؛ موضوعی برای مطالعه	۳۷
۴- مسائل دیرینه افکار عمومی	۳۹
فقدان قابلیت	۴۱
فقدان منابع	۴۳
استبداد اکثریت	۴۵
حساسیت نسبت به اقناع	۴۷
مسلط شدن برگزیدگان	۴۸

فصل دوم: آفرینش مفهوم «عموم»

درآمد.....	۵۳
۱- جمعیت، عموم و توده‌ها.....	۵۶
جمعیت	۵۷
عموم	۵۹
توده	۶۲
۲- مسایل و عموم	۶۵

۶۵.....	مراحل تکامل
۶۸.....	بازیگران و تماشاچیان
۶۹.....	گسترش بحث عمومی
۷۰.....	بعد از این که یک مسأله حل شد.....
۷۱.....	۳- مشاهده افکار.....
۷۵.....	عامه مردم
۷۷.....	عموم رأی دهنده
۷۹.....	عامه مردم با دقت
۸۱.....	عموم فعال
۸۴.....	عموم موضوعی

فصل سوم: آفرینش مفهوم «افکار»

۹۳.....	درآمد.....
۹۵.....	۱- افکار و نگرش‌ها.....
۹۶.....	گفتار آینه افکار.....
۹۸.....	وجه عقلایی افکار.....
۱۰۰.....	افکار به مثابه انطباق نگرش‌ها با مسایل خاص.....
۱۰۱.....	۲- استنباط مبانی روان شناسی افکار.....
۱۰۶.....	طرح واره.....
۱۱۱.....	ارزش‌ها.....
۱۱۳.....	همانند سازی گروهی.....
۱۱۵.....	شکل‌گیری افکار.....
۱۱۹.....	۳- مشاهده افکار.....
۱۲۰.....	درباره چیست؟.....
۱۲۳.....	چه گزینه‌هایی داریم؟.....
۱۲۶.....	اهمیت چارچوب‌های پرسشی.....
۱۲۸.....	سازماندهی افکار؟.....
۱۲۹.....	چقدر یک عقیده قدرتمند است؟.....
۱۳۲.....	آیا افکار به کنش متعهدانه منجر می‌شود؟.....
۱۳۳.....	چگونه با سایر مردم ارتباط می‌یابد؟.....

فصل چهارم: آفرینش مفهوم فرایندهای افکار عمومی

۱۴۵.....	درآمد.....
۱۴۷.....	۱- جنبه‌های فردی و جمعی.....

۱۴۹.....	۲- اندیشه گفتگوی عمومی
۱۵۰.....	پویایی تصمیم گیری‌های گروهی
۱۵۳.....	گفتگوهای عمومی در محیط‌های بزرگ تر اجتماعی
۱۵۶.....	۳- بازیگران سیاسی، روزنامه نگاران و عامه حساس
۱۵۸.....	عامه به مثابه تماشاگر
۱۶۰.....	نقش روزنامه نگاران
۱۶۵.....	۴- مشاهده افکار عمومی
۱۶۷.....	بکارگیری اطلاعات پیمایشی
۱۷۱.....	کاربرد تحلیل محتوا
۱۷۳.....	به کارگیری تکنیک‌های پیمایشی کم ساختار
۱۷۵.....	۵- مشاهده فرایند مباحث عمومی
۱۷۸.....	نتیجه: افکار عمومی به عنوان یک مفهوم ارتباطی

سخن ناشر

کم رنگ شدن فضای حذفاصل بین سیاست داخلی و سیاست خارجی، توسعه فن آوری و شبکه‌های ارتباطی، منجر به آن شده تا بسیاری از مفاهیم و واژگانی که در گفتمان سستی علم سیاست دارای معانی محدود و کاربرد اندکی بودند؛ باز تعریف شده و ماهیت و هویتی تازه بیابند. موضوع «افکار عمومی» از جمله این مفاهیم است که با اهمیت یافتن مقوله «مردم سالاری» و اعتبار «جایگاه مردم در اداره امور جامعه»، توجه بسیاری از تحلیلگران و محققان سیاسی را به خود معطوف داشته است.

پژوهشکده مطالعات راهبردی، در حوزه مطالعات بنیادین خود با عنایت به ملاحظات بالا، نسبت به گزینش و ترجمه اثر حاضر اقدام نموده است که از حیث محتوایی، اختصار و استحکام مباحث، نسبت به سایر آثار مشابه برتر می‌نماید. این اثر می‌تواند خلاء معنایی ای را که در بحث از افکار عمومی در جامعه ما وجود دارد تا حدود زیادی پر کند و بدین وسیله ضمن مساعد ساختن زمینه برای ارایه تحلیل‌های متقن، در تصمیم‌سازی نیز به کمک سیاست‌گذاران بیاید. پژوهشکده ضمن ارایه این اثر به جامعه علمی، آمادگی خود را برای دریافت و انتشار سایر آثار تکمیلی اعلام می‌دارد.

معاونت پژوهشی

مقدمه

افکار عمومی، یکی از حیاتی‌ترین و پایدارترین مفاهیم در علوم اجتماعی است که به طور گسترده‌ای در روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، تاریخ، علوم سیاسی و تحقیقات ارتباطی، هم در موقعیت‌های آکادمیک و هم شرایط کاربردی، مورد استفاده قرار می‌گیرد. تاکنون مفاهیم معدودی توجه خود را معطوف به مسایل اجتماعی، علایق علمی و یا بحث‌های روشنفکری کرده‌اند و به طور حتم موارد بسیار محدودی از آنها دارای ریشه‌هایی هستند که عمیقاً از تفکر غربی مایه گرفته باشند. ایده‌های مربوط به افکار عمومی را می‌توان در فلسفه قرن هیجدهم، ادبیات انسانی و حتی آثار افلاطون و ارسطو مشاهده نمود. نوشته‌های مربوط به این بحث نیز در کل چشم اندازه‌های تحقیقات اجتماعی، از بحث‌های نظریه‌پردازان دموکراتیک تأثیرگذار و منتقدان اجتماعی^۱ تا آثار قابل توجه جامعه‌شناسی، فلسفه اجتماعی^۲ و مطالعات تجربی تأثیرگذار آثار ارتباط جمعی^۳ یافت می‌شود. مفهوم افکار عمومی، باوجود رواجی که دارد، همچنان مجادله آمیز مانده

1. Rousseau, 1762/1986, Bentham, 1838/1962, Bryce, 1888, Lowell, 1913, 1949.

2. Tarde, 1890/1903, Mc Dougall, 1920, Allport, 1924

3. Lazarsfeld, Berelson & Goudet, 1944, Hovland, Lumsdaine & Sheffield, 1949

است. از هنگام پیدایش تکنیک‌های بررسی و کاربرد آنها در مورد افکار عمومی در اوایل قرن بیستم، تحلیل گران به تناوب مجبور شده اند که عقاید نظری و مفهومی قدیم را در پرتو تلاش‌های تحقیقات تجربی انطباق و گسترش دهند. محققان در جریان این کار، اغلب اوقات، از نظر رویکردهای مفهومی و حتی از دیدگاه تعاریفی که از افکار عمومی داشته‌اند، تقسیم شده‌اند. چایلدز^۱ در سال ۱۹۳۹ این پرسش را مطرح ساخت که آیا این امر، مجموعه ساده نظرات فردی است و یا نتیجه و محصول در حال تکوین بحث‌های موجود در سطح جمعی که نمی توان آن را به سطح افراد تقلیل داد^۲ می توان گفت که کی^۳ در سال ۱۹۶۱، احتمالاً بهترین توصیف را در مورد مشکل تعریف افکار عمومی، به عنوان موضوع مطالعات تجربی، ارایه داده است. او اشاره می کند که دقت در مورد افکار عمومی و فلسفه، بی شباهت به رسیدن به درکی از روح مقدس^۴ نیست.

بررسی‌های تحقیقاتی در مورد افکار عمومی، به طور گسترده و مداوم در حال رشد است و در بحث‌های نظری پیچیده شده است. حتی برای محققان فعال در این زمینه نیز وظیفه دسته بندی نوشته‌های مربوط به افکار عمومی می تواند به اندازه کافی دلهره آور باشد. به همین دلیل، کتاب حاضر که به عنوان نقشه این گسترده تحقیقاتی پیچیده در نظر گرفته شده است، به مثابه مقدمه‌ای برای گذرگاه‌های مفهومی اساسی و پل‌هایی طراحی شده است که تحقیقات افکار عمومی را در امتداد نظم‌های فکری متنوع به هم پیوند می دهد.

1. Childs

2. Cooley, 1902, Blumer, 1984

3. Key

4. Holy ghost

رئوس مطالب

بیکر^۱ در سال ۱۹۹۰ اظهار کرد که ایده افکار عمومی، به گونه‌ای که در طول قرن هجدهم درک می‌شد، به طور پنهان حاوی تناقض است. بنابراین، در انتخاب تیتز عمومی^۲ برای افکار، متفکران دوره روشنگری، عمومیت، عینیت و عقلانیت را مدنظر قرار دادند. از سوی دیگر، به گفته بیکر، خود مفهوم افکار، حاوی یک بی‌ثباتی، ذهنیت و عدم اطمینان بود.^۳ در واقع، مرتبط ساختن مفاهیم عمومی و افکار،^۴ معرف یک تلاش فلسفی — لیبرال بود که هدف آن پیوند دادن یک^۵ و بسیار،^۶ به منظور ارتباط دادن رفاه جمعی به ایده و اولویت‌های فردی بود. بنابراین، تعجبی ندارد که آن تلاش‌ها برای تعریف مفهوم میان دیدگاه‌های کل نگر که افکار عمومی را در قلمرو جمع قرار می‌دهد و تعاریف جزءنگر که به فردیت اشاره دارد، نوسان می‌کند.

افکار عمومی، بنا به ماهیت مرکب و حتی متناقضی که دارد، در این کتاب به طور عمده به شیوه‌ای دیالکتیکی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. این شیوه، در رئوس کلی کتاب به وضوح به چشم می‌خورد؛ یعنی در ابتدا به طور جداگانه بررسی شده و سپس تلاش می‌شود تا جنبه‌های جمعی و فردی مفهوم گرد هم آورده شود. این بحث همچنین تلاش دارد تا استدلال‌های مهم دیگر مورد ثبات اجتماعی و تغییر اجتماعی، اندیشه و عمل و برگزیدگان و توده مردم را روشن سازد. در همین جا باید گوشزد کنیم که هدف کتاب، صرفاً "ارایه یک تعریف جامع از افکار عمومی نیست، بلکه مشخص کردن موضوعات اساسی است که در درون ادبیات متنوع این مفهوم مشاهده می‌شود.

این کتاب همچنین یک دوره زمانی را دنبال می‌کند. بنابراین، من بحث را با معرفی تعدادی از مفاهیم دیر پا - سؤالات فلسفی و مسایل سیاسی که اندیشیدن در مورد افکار عمومی را شکل داده اند - شروع می‌کنم. فصل اول، تاریخ تکامل واژه مفهوم و به ویژه منشأهای آن را در فلسفه سیاسی دموکراتیک قرون هفدهم و هجدهم بررسی می‌کند و سپس به مشخص کردن تعدادی از سؤالات دیرپا و علایق هنجاری درباره افکار عمومی می‌پردازد که موجب ایجاد انگیزه برای انجام تحقیقات علمی اجتماعی شده اند.

فصل دوم، رویکردهای مفهومی را برای درک عموم^۱ به مثابه یک هویت جمعی مورد بحث قرار می‌دهد. در این فصل، من به تحقیق و بررسی در مورد مفاهیم جامعه شناسانه‌ای می‌پردازم که به طور عمده در مراحل اولیه قرن بیستم تکامل یافته و عموم در آنها به مثابه گروه اجتماعی گذرا و دارای ساختاری سست تصویر شده که از بحث و گفتگو پیرامون یک مسأله شکل گرفته است. این نظم بندی که به طور اساسی در آن عموم به عنوان مثال و نمونه‌ای از رفتار جمعی مدنظر قرار می‌گیرد، پس از پیدایش فنون رأی گیری و پیشرفت در اندازه گیری نگرش، در تحقیقات مربوط به افکار در سطح فردی به فراموشی سپرده شد. باوجود این، مروری بر گروه بندی‌های جمعی که به اشکال مختلف به تحقیقات در مورد افکار عمومی معاصر یاری رسانده اند، بیانگر این مسأله است که نمونه جامعه شناسانه سستی، حداقل به طور ضمنی، هنوز همچنان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

فصل سوم به بحث درباره رویکردهای مفهومی برای درک افکار می‌پردازد. پالایش فنون تحقیقات (پیمایشی) و اندازه گیری نگرش در دهه

۱۹۳۰ و ۱۹۴۰، تحقیق در زمینه افکار عمومی را در صف مقدم علوم اجتماعی آمریکا قرار داد و با این گسترش انفجاری، تحقیق، از توجه مفهومی و نظری، به سمت افکار فردی و عوامل تعیین کننده آن تغییر جهت داد. مباحثی که در این فصل مورد بحث قرار گرفته اند، دربرگیرنده اطلاعات اولیه افکار، به همان صورتی است که از نظر مفهومی درک شده و در بسیاری از تحقیقات پیمایشی مورد اندازه گیری قرار گرفته اند. این امر، همچنین دربرگیرنده منشأ و تکامل افکار در درون ارتباطات، در روابط میان افکار و سایر مفاهیم تنگاتنگ وابسته به آن، مثل نگرش‌ها، اعتقادات و ارزش‌ها نیز است.

بخش‌های عمده کتاب، افکار عمومی را از دیدگاه رفتار جمعی (فصل دوم) و یا پدیده‌ای فردی (فصل سوم) بررسی می‌کند. فصل پایانی کتاب، توجه خود را معطوف به ارایه نظری یکپارچه از افکار عمومی می‌سازد که در آن هر دو جنبه جمعی و فردی مورد بحث قرار می‌گیرد. به ویژه در آن جا به *فرایندهای ارتباطی*^۱ توجه شده است که به مردم امکان می‌دهد تا خود را در بطن عموم سازمان دهند و نفوذ خود را اعمال نمایند. فصل چهارم، توضیح مفهوم بحث عمومی^۲ را مدنظر دارد و با مرور شیوه‌هایی که محققان افکار عمومی می‌کوشند تا این فرایند را در طول زمان مشاهده کنند، به نتیجه گیری می‌پردازد.

فصل اول

مسائل افکار عمومی

درآمد

بسیاری از نویسندگانی که در مورد افکار عمومی می‌نویسند، این سؤال معقول و اساسی را مطرح می‌سازند که دقیقاً منظور ما از افکار عمومی چیست؟ با این همه، هر شکلی از جستجو برای یافتن یک تعریف واحد و روشن از مفهوم افکار عمومی بی‌ثمر خواهد بود. داویسون،^۱ در بحث درباره تحقیقات افکار عمومی که برای دایرة المعارف بین‌المللی علوم اجتماعی^۲ تهیه شده است، اشاره می‌کند که برای این واژه، هیچ تعریف عام پذیرفته شده‌ای وجود ندارد. البته فقدان تعریف، به معنای فقدان تلاش در این زمینه نیست. نوئل - نیومن^۳ در سال ۱۹۸۴، اشاره می‌کند: «چند نسل از فیلسوفان، حقوق‌دانان، تاریخ‌دانان، نظریه پردازان سیاسی و محققان فن روزنامه نگاری، در تلاش برای یافتن تعریفی دقیق از این واژه، موی خود را سفید کرده‌اند.» چایلدرز، در سال ۱۹۶۵ با مشاهده این مطلب که ادبیات این رشته، شاهد تلاش‌های مشتاقانه‌ای است، توانست گزارش‌هایی را از معانی افکار عمومی گردآوری نماید.

1. Davison, 1968

2. International Encyclopedia of the Social Sciences

3. Noelle - Neumann

با این همه به طور حتم پذیرش این مسأله که داشتن تعریفی عام و قابل قبول از مفهوم احتمالاً خارج از دسترس است، به این معنا نیست که افکار عمومی در هر مفهومی بی معناست؛ چرا که مفهوم افکار عمومی در تحقیقات و نوشته‌های مربوط به دولت و همچنین در توضیح رفتار اجتماعی انسان، چه به شکل علمی و یا اشکال دیگر، به طور دایم مورد استفاده قرار می‌گیرد و همین واقعیت تداوم استفاده از آن، شاهد روشنی از معنادار بودن مفهوم است. برای درک مفهوم افکار عمومی، باید به تحقیق درباره مسایل مختلفی که مفهوم به آنها قابل تسری بوده است، پردازیم. بنابراین، هدف ما، بیش از آن که دستیابی به یک تعریف واحد از افکار عمومی باشد، درک استفاده‌های متفاوتی است که از آن صورت می‌گیرد. همان طور که کاپلان^۱ در سال ۱۹۶۴ اشاره می‌کند، معنای یک واژه، وجود ارتباط میان معناهای متعدد آن است.

مسایلی که در ابتدا به پدیداری مفهوم افکار عمومی منجر شدند، الزاماً همان‌هایی نیستند که امروز موجب تداوم استفاده از آن هستند. با این حال، موضوعات مشترک زیادی وجود دارند که در نوشته‌های مربوط به افکار عمومی در طول چند قرن به چشم می‌خورند. بنابراین این فصل، دو هدف را تعقیب می‌کند. اول، پرداختن به بررسی منشأ تاریخی افکار عمومی به مثابه یک مفهوم، با نظریه شیوه‌های مختلفی که این دیدگاه در آن در نظم دادن به نمونه‌های دموکراتیک جامعه در قرن هفدهم و هیجدهم به کار گرفته شده است. سپس، با حرکت در طول زمان، به بحث درباره رابطه تنگاتنگ میان منافع موجود در نیروی تازه افکار عمومی در جامعه و رشد گسترده وسایل ارتباط جمعی در طول اواخر قرن نوزدهم بیستم پرداخته

خواهد شد و نگاهی ویژه نیز خواهیم داشت به بعضی از نگرانی‌ها و ترس‌های متعددی که درباره موقعیت مدرن افکار عمومی وجود دارد. به گونه‌ای که ما در فصل‌های بعدی خواهیم دید، بسیاری از کاربردهای تحقیقاتی معاصر، نه فقط در میراث مفهومی افکار عمومی سهیم هستند، بلکه در فرایند تکامل تاریخی آن نیز دخالت دارند و سعی می‌کنند تا همان نگرانی‌های اساسی و بنیادی را درباره درستی و استحکام مفهوم منعکس سازند.

۱- منشأهای ایده^۱

مفهوم افکار عمومی، به طور عمده محصول دوران روشنگری است. این اندیشه، به طور تنگاتنگی با فلسفه‌های سیاسی لیبرالی اواخر قرون هفدهم و هیجدهم^۲ و به ویژه تئوری دموکراتیک قرن نوزدهم^۳ تلفیق شده است. اگرچه من در اینجا قصد ندارم تا به بررسی کامل تاریخ تکامل مفهوم افکار عمومی پردازم و هدف مرور دوره فلسفه سیاسی نیست، باوجود این، بررسی شیوه‌های نخستین کاربرد واژه مفید خواهد بود.

پیش‌بینی‌ها و تخمین‌ها^۴

اگرچه مفهوم افکار عمومی تا قرن هیجدهم به طور صریح و آشکاری مطرح نشده بود، اما بسیاری از نوشته‌های متقدم‌تر، شامل پیش‌بینی‌ها و تخمین‌های نظریه‌سازی مدرن درباره افکار عمومی بود. به عنوان مثال، فلسفه سیاسی یونان قدیم، با مشکلات و منافع بالقوه حاکمیت عامه مرتبط بود. افلاطون به سادگی سیاست‌های دموکراتیک را تحقیر می‌کرد و فلسفه را به مثابه هدایت گر به حق امور بشری برمی شمرد و صلاحیت تعداد

1. Origins of the Idea

2. Locke, 1960/1963, Rousseau, 1762/1968

3. Bentham, 1838/1962

4. Anticipations and Approximations

کثیری از مردم را برای تعمق در مورد علایق فلسفی مورد سؤال قرار می‌داد. از سوی دیگر، ارسطو اعتقاد داشت که احساسات جمعی توده^۱ می‌تواند به ایجاد نوعی از احساس مشترک در مورد امور سیاسی کمک کند.^۲ با این همه، با وجود مرجع‌های موجود در آثار کلاسیک نسبت به پدیده‌هایی که به افکار عمومی شباهت دارد، تمایز مدرن میان حکومت^۳ و جامعه، به طور کلی و همچنین، میان متخصصان و عموم مردم^۴ عملاً بخشی از فلسفه سیاسی آتن نبودند.^۵ ادغام واژه‌های عمومی و افکار در یک ترکیب مفهومی دارای اهمیت سیاسی، فقط بعدها، یعنی در فلسفه‌های دموکراتیک و لیبرال از سال ۱۷۰۰ به بعد پدیدار می‌شود.

مفاهیم اولیه افکار

مفهوم افکار قبل از شکل‌گیری در قالب واژه لیبرال و دموکراتیک، به طور عام دارای دو مفهوم قابل تمیز از هم بود که امروزه هم معنای خود را از دست نداده است.^۶ اولین مفهوم اساساً شکلی معرفت‌شناسانه داشت که از کاربرد آن برای متمایز ساختن یک موضوع قضאותی، در قیاس با یک موضوع حقیقی و یا متمایز کردن چیزی غیرمعین در برابر آن چه بر اساس دلیل و یا ایمان درست تلقی می‌شد، منشأ می‌گرفت. این اندیشه که از عبارت لاتین *Opinio* گرفته شده بود، احتمالاً اولین معنای واژه است و امروز هم هنوز هنگامی که کسی به بیانی خاص و بیشتر به مثابه موضوع افکار رجوع می‌کند، این معنا در کاربرد عام آن منعکس است (در مورد تمایز میان روابط ایده‌ها و مواد حقایق^۷ به هیوم^۸ رجوع شود).

1. Demos

3. State

5. Held, 1987, pp. 17 – 18

7. Mellers of Fact

2. Minar, 1960, pp. 38 – 39

4. Ganeral Public

6. Haber Mas, 1962/1989, pp. 89 – 90

8. Hium, 1777/1975

به طور کلی، هنگامی که واژه به جامعه پیوند می‌خورد، گاهی کیفیت تحقیرآمیزی به خود می‌گیرد. این مورد در توصیفات اولیه، همانند افکارمشترب^۱، افکار عام^۲ و افکار عامیانه^۳ منعکس شده است (مورد آخر، دربرگیرنده مفهوم لاتین Vulgus است که به معنای مردم عادی، عوام (Mob) استفاده می‌شود). /افکار، باوجود این که گاهی دارای بار معنای منفی پنهانی است، در کاربرد به شیوه معرفت شناختی، به طوراساسی به یک موقعیت شناختی و شکل پست‌تر دانستن ارتباط می‌یابد.

دومین معنای مربوط به افکار که به واسطه برخی از توصیفات معاصر رابطه نزدیک‌تری با بار معنایی جدید آن دارد، آن را با شیوه‌ها، اخلاقیات و رسوم برابر می‌داند.^۴ در این جا، بر نقش افکار عامه، به مثابه نوعی از فشار غیررسمی اجتماعی و کنترل اجتماعی تأکید می‌شود. افکار، با اعتبار، احترام و ملاحظات عام علایق دیگران برابر تلقی می‌شود؛ زیرا به طور اساسی رفتار بشری را مقید می‌سازد.^۵

در نهایت، چنین درکی از افکار، در نوشته‌های جان لاک تبلور یافت. وی سه قانون عام حاکم بر اعمال بشری، یعنی قانون الهی،^۶ قانون مدنی^۷ و قانون افکار یا اعتبار^۸ را که وی در جای دیگری آن را قانون مد^۹ و قانون بازخواست خصوصی^{۱۰} می‌نامد، مطرح می‌کند. این مفهوم، نگاه به افکار را به مثابه راهی برای دانستن جهت تأیید و یا سرزنش اجتماعی مدنظر قرار می‌دهد و به عبارتی، افکار را به مثابه شیوه‌ای برای عفو و یا محکومیت غیررسمی برمی‌شمارد. در این چشم انداز، افکار، به طور کلی زیان آور و غیرعقلایی است و به احساساتی‌شیه است که با خرد و منطق مخالفت دارد.^{۱۱}

1. Common Opinion

3. Vulgar Opinion

5. Speier, 1950, p. 378

7. Civil Law

9. Law of Fashion

11. Ozouf, 1988, pp. 51 - 52

2. General Opinion

4. Neol - Nioman, 1979, 1984

6. Divin Law

8. Law of Opinion or Reputation

10. Public

مفاهیم اولیه عموم^۱

اصطلاح عمومی، در کاربردهای اولیه، معانی بسیار متعدد داشته است؛ اما در این جا ما مجدداً می‌توانیم به دو مورد که ارزش توجه کردن را دارد، به طور خاص اشاره کنیم. عبارت لاتین، Publicus به احتمال قوی از عبارت Poplicus یا Populus به معنی مردم مشتق شده است. اما در آن، حداقل دو انعکاس مشخص از مردم در کاربردهای اولیه از کلمه عموم وجود داشته است. در یک مفهوم از اصطلاح، عموم، به دسترسی عام، مثلاً در یک مکان عمومی، بازمی‌گشته است. به گفته هابرماس^۲، اصطلاح «رس پوبلیکا» (Respublica)، هر نوع مالکیت محسوب می‌شد که عموماً به روی مردم باز بود. در زمان فئودالی، مشترکات، به مثابه عموم مدنظر قرار می‌گرفت؛ زیرا دسترسی عام از سرچشمه و میدان بازارت‌آمین می‌شد. مفهوم بنیادی، همان باز بودن و در دسترس بودن است. همین اندیشه، هنوز هم امروز وقتی فعل Publicize را برای استناد به فرایند در دسترس قرار دادن چیزی به طور گسترده به کار می‌بریم، همچنان کاربرد دارد.

شاید کاربرد عمده‌تر واژه عموم، در استناد به موضوعات مربوط به علایق عمومی و در حالت خاص‌تر در موضوعات اداری و دولتی تبلور می‌یافت.^۳

این معنای دوم اصطلاح، ارتباط اندکی با مفهوم دسترسی عمومی دارد و در عوض، توجه آن معطوف به علایق عمومی^۴ و یا خیر عمومی^۵ است. همان طور که ازوف در ۱۹۸۸ اشاره دارد، قبل از دهه ۱۸۳۰، کتاب‌های لغت فرانسوی، مخالف آن بودند که اصطلاح عمومی مخالف Prive یا خصوصی

1. PUBLIC

3. Speier, 1950

5. Common Good.

2. Haber Mas, 1962 – 1989, p.6

4. Common Interest

است، بلکه آن را مخالف خاص و انفرادی^۱ تلقی می‌کردند. امروزه همین اندیشه، به استناد به کارهای عمومی^۲ و قانون عمومی^۳ اصرار دارد. ممکن است یک ساختمان دولتی، حتی اگر در آن به روی همه باز نباشد، ساختمان عمومی نامیده شود. قبل از تحول مفهوم معاصر دولت، تجهیزات شخصی و فعالیت‌های حکم رانان، عمومی تلقی می‌شد. در نوشته‌های دوره قرون وسطی، شکوه و اشرافیت^۴ و عمومی مترادف به کاربرده می‌شدند و کلمه Publicare به معنای درخواست و مطالبه برای لرد به کار می‌رفت.^۵

بر اساس نظریه استبداد سلطنتی که در قبل از قرن هجدهم در اروپا جایگاه برجسته‌ای داشت، پادشاه، به عنوان تنها شخص عمومی و منبع و اساس وحدت در یک جامعه خصوصیت گر^۶ مدنظر قرار می‌گرفت.^۷ بعدها اصطلاح عمومی، در اثر تکامل دولت، برای استناد عام به آن به کار گرفته شد؛ زیرا این دولت بود که در اثر تکامل بر شخص حاکم و در مقابل آن موجودیتی عینی می‌یافت.^۸ امروزه، با عطف توجه گسترده به روابط اولیه موجود میان اصطلاح عمومی و رفاه جمعی، به سختی می‌توانیم از تداعی مسایل عام با مسایل دولتی اجتناب کنیم.

اگرچه ایده افکار عمومی تا عصر روشنگری امکان ظهور نیافت، اما واژه‌های افکار و عمومی، قبل از آن نیز حاوی کاربردهای چندوجهی بودند که به فهم معاصر ما از این مفاهیم پیوند دارد. مهم‌ترین نکته قابل توجه این است که افکار، هم برای استناد به فرایند خردگرایانه شناختی و هم برای فرایندهای غیر خردگرایانه اجتماعی استفاده می‌شد. یعنی یک

1. Particulier (particular, individual)

2. Public Works

3. Public Law

4. Lordly

5. Haber Mas

6. Particularistic

7. Baker, 1990

8. Haber Mas

دوگانگی، به طور عملی در تمام نوشته‌های موجود و آتی مربوط به افکار عمومی خود را به نمایش گذاشت. اصطلاح عمومی نیز به همان شکل کاربرد دوگانه داشته است. اگر جملات مشهود ابراهام لینکن^۱ را مدنظر قرار دهیم، کلمه عمومی، به طور اساسی به معنی «از مردم»^۲، [هنگامی که به دسترسی مشترک اشاره می‌شود] و «برای مردم»^۳ [هنگامی که به خیر عمومی اشاره می‌شود] به کار گرفته شد و البته فقط بعدها این اصطلاح معنای «به وسیله مردم»^۴ را یافت که در آن مفهوم به معنی اجرا به وسیله مردم عادی است و ما امروزه همین معنا از واژه را مدنظر داریم.

۲- پیدایش افکار عمومی

ادغام واژه‌های عمومی و افکار در ترکیبی واحد که به قضاوتی جمعی در خارج از حیطه دولت و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری سیاسی اشاره داشت، در پی فرایندهای گسترده و متعدد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به وقوع پیوست.^۵ اگرچه حداقل فقط یک تاریخ‌دان^۶ معتقد است که اولین بار انگلیسی‌ها عبارت افکار^۷ مردم و افکار مربوط به عموم^۸ را در اوایل ۱۷۴۱ به کار بردند، اما تصور نامناسب این است که اغلب فرانسوی‌ها هستند که مخترعان و توده‌ای‌سازان مفهوم تلقی می‌شوند.^۹ نوئل = نیومن معتقد است که روسو اولین کسی بود که عبارت Opinion Publique (افکار عمومی) را در حدود ۱۷۴۴ به کار برد و آن را در چارچوب دومین مفهوم از واژه افکار که در بالا تعریف شد، به کار گرفت. در

1. Abraham Lincoln

3. For the people

5. Spriep, 1950, Lazarofeld, 1957, Ginsberg, 1986

7. Opinion of the people

9. Haber Mas, 1962/1989, Neol – Nioman, 1984, Ozouf, 1988

2. Of the people

4. By the people

6. Gunn, 1983

8. Opinion of the public

واقع، او آن را برای استناد به سنت‌های اجتماعی و شیوه‌های رفتاری جامعه به کار برد.^۱ در هر حال، در سال ۱۷۸۰، نویسندگان فرانسوی به طور گسترده‌ای از عبارت افکار عمومی بیشتر برای پدیده‌های سیاسی استفاده می‌کردند تا پدیده‌های اجتماعی و آن را در مورد با خواست و اراده عمومی^۲ روح عمومی،^۳ شعور عمومی^۴ و دیگر واژه‌های وابسته به کار گرفتند.^۵

به گفته چایلدز، نیروهای تاریخی به طور اساسی در اوایل قرن پانزدهم با ظهور چاپ به وسیله حروف قابل تحرک به جریان درآمدی بود. این تکامل تکنولوژیکی، شرایط لازم را برای انتشار گسترده ادبیات فراهم آورد و بعداً در قرن شانزدهم، رشد طبقات تاجر و کاسب کار و گسترش سواد، قدرت چاپ را افزون‌تر ساخت. روند بعدی که به شکل گسترده‌ای از سوی نهضت اصلاح طلبی پروتستان‌ها حمایت می‌شد، موجبات رشد سواد خواندنی عمومی را بدون هیچ گونه میانجی‌گری رسمی کلیسا که در آن زمینه نیز ادبیات مذهبی به زبان محلی و بومی بود، فراهم آورد.^۶ با حرفه‌ای شدن هنرها و به ویژه ادبیات، نظام پشتیبانی اولیه جای خود را به نوع دیگری از پشتیبانی داد که در آن نویسندگان و هنرمندان برای معاش خود، به حمایت توده مردم وابسته شدند.^۷ مجامع کتاب‌خوان و انبارهای کتاب‌های دست دوم رونق یافتند و در دهه آخر ۱۷۰۰، ادبیات سیاسی و اخلاقی در میان طبقات تحصیل کرده کاملاً رواج یافت.^۸ نهضت اصلاح دینی، در ورای تأثیراتی که بر چرخه انتشار ادبیات داشت، به دلایل متعددی مهم تلقی شد.

1. See also Baker, 1990

3. Public Spirit (Spirit public)

5. Ozouf, 1988, p. 53

7. Haber Mas, 1962/1989

2. Common Will (Bien public)

4. Public Conscience

6. Speier, 1950, p. 381

8. Speier, 1950, Haber, 1962/1989, Darnton, 1982

آموزه‌های کالوین^۱ و لوتر^۲، بانظم اجتماعی - سیاسی کهن و دیرینه اقتدار و صلاحیت قضایی پاپ‌ها به مبارزه پرداخت و شاید حتی انتقادآمیزترین آموزه‌های پروتستان‌ها در هسته اصلی خود، حاوی مفهوم تازه و فردگرایانه از شخص بود. آنها، کارمقامات سکولار را در تمام زمینه‌های زندگی، به جز مواردی که به طور مستقیم به قلمرو اخلاقی و مذهبی زندگی مربوط می‌شد، ترغیب و تأیید کردند و از این اندیشه که افراد ارباب سرنوشت خود هستند، حمایت کردند.^۳ در اواخر قرن هفدهم، اندیشه‌ای که در ابتدا به وسیله نهضت اصلاحات دینی کالوین - لوتر عنوان شده بود، در فرایند تکامل، جای خود را در میان فلسفه‌های لیبرال به شکلی فراگیر گشود.^۴ زیرا آنها بر این اعتقاد بودند که افراد باید آزادانه و براساس اولویت‌های خود، در تمام جنبه‌های زندگی - اعم از مذهبی، اقتصادی و سیاسی - راه خود را انتخاب کنند.^۵

پیدایش یک قلمرو عمومی^۶

هابرماس معتقد است که این روندهای تاریخی که با رشد سرمایه داری و برتری و سلطه بورژوازی اروپایی ارتباطی تنگاتنگ دارد، سرانجام به شکل‌گیری استدلال‌های انتقادی قلمرو عمومی^۷ منجر شد. در طول دوره اواخر قرن هفدهم و اوایل قرن هیجدهم، انواع متعددی از نهادهای اجتماعی جدید، مثل قهوه خانه‌ها در انگلستان (که گفته می‌شود در اوایل قرن هیجدهم تعداد آنها در لندن بیش از دوهزار بوده است)، سالن‌های

1. Calvin

3. Held, 1987, p.40

5. Held, 1987, pp.51 - 54

7. Public Sphere

2. Luther

4. e.g. Lock, 1960/1962

6. Emergence of a public Sphere

پاریس و مجامع دور میزی^۱ آلمان اهمیت یافتند.^۲ این مکان‌های گردهمایی که در آن عشق به گفتگو درباره ادبیات و هنر از احترام و ارزش بالایی برخوردار بود، نمایشگر مکان‌هایی شدند - به خصوص سالن‌های فرانسوی - که در آنها بحث قدرت و حاکمیت جانشین اقتدار عنوان‌ها گردید. به گفته هابرماس، توده با سواد قرن هجدهم، با تحکیم بورژوازی قدرت سیاسی کسب کرد و به انتقادی صریح و آزادانه از وضعیت استبدادی روی آورد و قبل از هر چیز، این کار با انتشار ادبیات سیاسی و بحث گسترده در سالن‌ها و قهوه‌خانه‌ها صورت گرفت. مبادله آزادانه اطلاعات و استدلال‌های انتقادی آشکار، به ابزاری برای خود اظهاری عموم مردم^۳ در امور سیاسی تبدیل شد.^۴ با رشد یک فضای عمومی فعال از نظر سیاسی، افکار عمومی به مثابه شکل تازه‌ای از اقتدار سیاسی پدیدار شد؛ حربه‌ای که بورژوازی می‌توانست با آن با حاکمیت مطلقه به مبارزه برخیزد.

هابرماس، بر صفات خردگرایانه و مساوات طلبانه افکار عمومی در طول عصر روشنگرایی تأکید دارد. زیرا این امر از گفتگوهای استدلالی و بحث‌های فعال نشأت می‌گرفت. این بحث، در معنایی که هدف آن اراده مشترک و خیر عامه است، عمومی تلقی می‌شود و بنابراین، فقط یک برخورد منافع فردی به حساب نمی‌آید. همچنین، بحث باز است و فرایند عمومی نیز، به این مفهوم که راه مشارکت باز است حتی اگر کاملاً تضمین نشده باشد، مقبول، حاکم و مساوات طلبانه است و مستقل از موقعیت اجتماعی و اقتصادی عمل می‌کند، به جای قدرت سیاسی راه را بر روی شایستگی اندیشه‌ها می‌گشاید. سرانجام این که بحث را باید با تبلیغات

۱. اماکنی که گروهی از اقشار مختلف برای بحث پیرامون مسایل دوریک می‌زجمع می‌شوند: The Table Societies.

۲. Speier, 1950

۳. Public Self Assertion

۴. Nathans, 1990, p. 625

کامل امور سیاسی و نتایج حاصل از آن - در صورتی که لازم است قضاوت درستی در موردش صورت گیرد - روشن ساخت. همان طور که ملاحظه خواهیم کرد، این اندیشه‌ها، بعداً بیشتر از سوی جامعه‌شناسان،^۱ به شکل تلاش‌های نظام مند برای تعریف دقیق‌تر ماهیت عمومی به مثابه مجتمع اجتماعی^۲ مورد استفاده قرار خواهد گرفت (فصل سوم).

این صفات، رئوس موضوعی را فراهم آورد که بعداً از آن به عنوان الگوی کلاسیک افکار عمومی یاد شد.^۳ این الگو، مجموعه‌ای از استانداردها را فراهم می‌آورد که گاهی اوقات افکار عمومی براساس آن - حتی در جوامع مدرن - مورد قضاوت قرار می‌گیرد.^۴

ابهام‌های موجود در مفهوم افکار عمومی

شرح و توصیف‌ها بر ماس در این مورد تأثیرگذار بوده است. اگرچه تاریخ‌نویسان سؤالاتی را درباره دقت تفسیرهای او - به ویژه قرائت مارکسیست وی از قلمرو عمومی به مثابه جنبه‌ای از برتری و تسلط سرمایه داری بورژوازی - مطرح ساخته‌اند.^۵

این مسأله قابل بحث است که آیا اشکال مساوات طلبانه، انتقادی و خردگرایی که به افکار عمومی قرن هیجدهم نسبت داده شده است، با نظرات افکار عمومی رایج (به ویژه در فرانسه) در آن زمان به خوبی انطباق دارد. برای مثال، تحلیل دارنتون^۶ از روزنامه نگاری فرانسه در قرن هیجدهم، تصویر خردگرایانه گفتگوهای عمومی را به چالش می‌کشد. دارنتون اظهار می‌دارد که بسیاری از ادبیات سیاسی که در دوران پیش از انقلاب فرانسه انتشار یافت، حاوی فلسفه لیبرالی دارای اندیشه‌های بلند

1. e.g. Park, 1904/1972, Blumer, 1996, Mills, 1965

2. Social Collective

4. Carey, 1978, Peter, 1989

6. Darnton, 1982

3. Berelson, 1950; Lazarsfeld, 1957

5. Nathans, 1990, p. 626

نمود، بلکه بیشتر نوعی انتقاد اخلاقی احساس گرایانه و شهرت طلبانه بود. واژه‌ای که وی در این مورد به کار می‌برد، هرزه نگاری سیاسی^۱ است که بر موضوعات انحطاط جنسی و ارتشا تکیه^۲ دارد. تاریخ نویسان دیگر، از جمله ناتنز^۳، اظهار می‌دارند که روشنفکران عصر، روشنگری از مساوات طلبان تمام عیار بسیار دور بودند و در حقیقت، بسیاری از آنها عمیقاً درباره فردگرایی و ارزش مبارزه جویی آزاد در سیاست تردید داشتند. بیکر، عنوان می‌کند که متفکران سیاسی فرانسوی در اواسط قرن هجدهم، نسبت به آزادی بی حدی که انگلیسی‌ها از داشتن آن لذت می‌بردند، محتاطانه برخورد می‌کردند؛ زیرا به نظر آنها این امر جامعه رابه تفرقه و رو در رویی بی پایان و بی ثباتی سیاسی دعوت می‌کند. بنابراین، عدم تمایل قابل ملاحظه‌ای برای پذیرش آزادی کامل فرد وجود داشته است.^۴ اگرچه روسو چنین استدلال می‌کند که خیر عمومی یا اراده عمومی، فقط با مشارکت مستقیم و مداوم افراد آزادی که به بحث در مورد انتخاب‌های جمعی می‌پردازند، قابل تمیز و تشخیص است، اما وی مدافع برخورد با منافع افراد نیست؛ در عوض، معتقد بود که اعضای عمومی، هنگامی که گردهم می‌آیند تا تصمیم بگیرند چه چیز برای جامعه آنها بهترین است، از منافع و علایق خصوصی خود برای رفاه عمومی صرف نظر می‌کنند.^۵ مسأله چگونگی استنباط افکار عمومی از بطن تضادهای انبوه ناشی از عقاید افراد [همیشه]، مشکل اصلی فلسفه سیاسی لیبرال بوده است. آزادی عمل افکار عمومی که از خرد و عقل زاده شده است، یک راه حل تلقی می‌شد. هنگامی که در مورد این مسأله ابهام وجود داشت که افکار عمومی دقیقاً چیست، بسیاری از نویسندگان

1. Politico pornography

2. PP. 34 - 38

3. Nathans (1990)

4. Ozouf, 1988

5. Pateman, 1970, p. 25, Held, 1987

به روشنی اشاره کردند که افکار عمومی، افکار توده مردم نیست، بلکه محکمه غیرشخصی و ناشناس و دادگاه جدیدی است که همان صفات اشتباه ناپذیری،^۱ برون بودگی^۲ و وحدت^۳ را دارد که اقتدار استبدادگرایانه قدیمی را مشخص می‌سازد.^۴ این اندیشه که افکار عمومی از افکار انفرادی فراتر می‌رود و بیشتر یک انتزاع و خیر عمومی را منعکس می‌سازد و نه فقط بیان سازش منابع فردی، همچنان به طور مداوم بر تفکر مربوط به افکار عمومی در قرن بیستم اثرگذار بوده است.^۵

کسانی که در ابتدا در مورد افکار عمومی مطلب نوشته اند، به ندرت در مورد گروهی از مردم که این افکار به آنهاستناد می‌کرد، اشاره روشنی داشتند. ازوف^۶ عنوان می‌کند که در نوشته‌های فرانسویان، افکار عمومی اغلب به طور ضمنی، به عنوان افکار اندیشمندانی بود که براساس توافق، به نقش خویش به مثابه داوران امور اجتماعی و سیاسی اشاره داشتند. دومین گروه واجد شرایط که از نظر جامعه شناسی حاملان افکار محسوب می‌شدند، گروه پارلمانی بودند که در تلاش برای جذب و جلب اشتیاق توده به سمت خویش، مجوز نشر و بیان اعتراضات علیه پادشاه را داشتند.^۷ همان گونه که ازوف و بیکر اشاره می‌کنند، افکار عمومی، فقط در چارچوب انتقاد از پادشاهی کمک‌رسان نبود. بیکر معتقد است که این مفهوم، در جریان از بین رفتن تدریجی حاکمیت مطلقه اعتبار یافت. در میان بحران خودکامگی تاج و تخت فرانسه و مخالفان آن، هر دو

1. Infallibility

2.Externality

3.Unity

4.Ozouf,1968,p.s11 – s12;Baker1990

5.e.g.,Lowell,1913,pp.8 – 10,Berelson,1950

6.Ozouf,1988,p.65

7.Ibid,p.s7

بایکدیگر در ورای نظام [موجود] و به منظور تأکید بر اظهارات رقابت آمیز خود اصول مشروعیت را اختراع و به آن متوسل شدند.^۱ عموم به طوراساسی یک ساخت سیاسی یا ایدئولوژیکی بود؛ بدون آن که از نقطه نظر جامعه شناسی ارجاع مشخصی داشته باشد. این امر، سیستم تازه وضعی از اقتدار قانونی را فراهم آورد که در آن دولت و منتقدان برای بیان و تأمین اهداف خود، به قضاوت‌های افکار عمومی توسل می‌جستند. درواقع، می‌توان برخوردهای پیش از انقلاب [فرانسه] را به مثابه مجموعه‌ای از مبارزات درک کرد که هدف آن تثبیت جامعه شناسانه ارجاع مفهوم (افکار عمومی) به نفع این یا آن گروه رقیب بود.^۲ باوجود این، هابرماس معتقد است که افکار عمومی، چیزی بیش از یک ابزار برای بورژوازی نوشکفته بود.

نکر،^۳ شخصی که اغلب اعتبار او از عمومیت بخشیدن به عبارت افکار عمومی در طول دهه ۱۷۸۰ ناشی می‌شد، به عنوان وزیر مالیه پادشاه فرانسه خدمت می‌کرد.^۴ شیوه بکارگیری این عبارت توسط نکر، به نحوی دارای روح کاملاً مدرن است. او این اصطلاح را برای ارجاع به وابستگی روز افزون موقعیت مالی دولت به افکار طلبکاران به کار برد. وی دریافت که حمایت برگزیدگان فرانسه برای موفقیت سیاست‌های دولت ضروری است و در مورد این هدف، او از انتشار کامل فعالیت‌های دولت حمایت می‌کرد. در این راستا او اظهاریه‌ای درباره صورت حساب‌های دولت به منظور آرام سازی طلبکاران عمومی و مطمئن کردن آنها از امنیت ذخایر ملی انتشار داد.^۵ بنابراین، می‌توان نکر را در میان اولین

1. Baker, 1990, p. 171

3. Necker

5. Speier, 1950, Baker, 1990

2. Baker, 1990, p. 186

4. Palmer, 1963, Baker, 1990

کسانی تلقی کرد که روابط عمومی منظم دولتی را پیشنهاد کردند. بنابراین پالمر در سال ۱۹۶۳، نکر در سال ۱۷۹۲ این گونه عنوان کرد که فقط ابلهان، نظریه پردازان خالص و نوآموزان در توجه به افکار عمومی و مدنظر قراردادن آن کوتاهی می‌کنند.

افکار عمومی و حکومت اکثریت

اگرچه قهوه خانه‌ها و سالن‌های عصر روشنگری به پدیداری ایده اساسی افکار عمومی منجر شدند، اما نویسندگان قرن هیجدهم، این مفهوم را از بسیاری از جنبه‌های مبهم آن رها کردند. افکار عمومی، به بحث و جریان آزاد اطلاعات ارتباط یافت و این گونه فرض شد که این امر، خیر عمومی را منعکس می‌سازد و به مثابه محاکمه تازه و قدرتمندی به منظور بررسی عملیات دولت طراحی شده است. اما منشأ سایر جنبه‌های کلیدی مفهوم بندی معاصر از افکار عمومی را می‌توان بعدها در نوشته‌های مربوط به دموکراسی نمایندگی، همان‌گونه که مادیسون اظهار می‌دارد و به ویژه نوشته‌های بنتام (۱۸۳۸) و میل^۱ (۱۸۲۴) از تئورسین‌های مکتب سودگرایی، یافت.

نوشته‌های قرن هیجدهم که در آن اصطلاح افکار عمومی به کار گرفته شده است، عموماً به رفتار اجتماعی اشاره دارند، ولی هنگام اشاره به اثرات سیاسی آن، درباره مکانیزم‌های دقیقی که براساس آن چنین اصطلاحی باید در امور دولت تأثیرگذار باشد، چندان دید روشنی ندارند. با این همه، در دوره پایانی قرن هیجدهم و سال‌های آغازین قرن نوزدهم، آثار بنتام و میل، بیشتر به شرح و بسط نقش رسمی سیاسی برای افکار عمومی در دولت پرداختند و آن را در قالبی قانونی و انتخاباتی ریختند. این نویسندگان، برخلاف روسو، معتقد بودند که مردم در درجه اول برای ارضای امیال فردی و اجتناب از درد عمل و رفتار می‌کنند.^۲

1. Mill

2. Schumpeter, 1943, Held, 1987

بنابراین، جامعه، مرکب از افرادی است که در جستجوی به حداکثر رساندن علایق و منافع خود هستند. در عین حال، نیاز به مکانیزمی برای هماهنگ سازی این علایق پراکنده وجود دارد. پاسخ درخور برای حل مسأله منافع جداگانه و متضاد، حکومت اکثریت است که بر اساس انتخابات همه پرسی منظم انجام می‌شود. افکار عمومی در این نظریه کثرت گرایانه، به بهترین شکل، تحت عنوان متراکم ساختن علایق افراد جامعه، تعریف شده است.^۱ دولت می‌بایست به طور اساسی نقش داور و یا حَکَم را نسبت به افراد و گروه‌های رقابت کننده‌ای بازی کند که خواستار به حداکثر رساندن منافع خود با رقابت و مبادلات آزاد هستند. به همین دلیل، رأی آزاد و بازار آزاد، شرط لازم محسوب می‌شد.^۲

مینار^۳ در سال ۱۹۶۰ استدلال می‌کند که الگوی دموکراتیک سودگرایی،^۴ مشخص‌ترین چشم انداز مدرن بر افکار عمومی است که به طور اساسی در تلاش‌های قرن بیستم برای اندازه گیری و کمی کردن آن نهفته است و به طور منظم به وسیله نهاد رأی گیری عمومی انجام می‌شود. نقاط اختلاف میان مفهوم سودگرایانه افکار عمومی و اندیشه اولیه عصر روشنگری، اصولاً در فرضیات متضاد عنوان شده از سوی آنها برای تعیین خیر عمومی نهفته است. تفکر لیبرال اولیه (همانند روسو)، افکار عمومی را به مثابه راهی برای محقق ساختن اراده عمومی ملاحظه می‌کرد که با مداخله مداوم عامه مردم به شکل انجام بحث‌های مدلل و مساوات گرایانه قابل تشخیص است. در عوض، در نظم بندی جدیدتر، افکار عمومی، با عملکرد حداکثر سازی اراده‌های فردی جداگانه، یعنی حاکمیت اکثریت، تعیین می‌شود؛ ایده‌ای که نسبت به اراده عام از همه واقعی‌تر است و در چارچوب تفکر سودگرایی به عام‌ترین عقیده اخذ

1. Minar, 1960, p.36

3. Minar

2. Held, 1987, p.67

4. Utilitarian

شده منجر می‌شود؛ البته منظور این نیست که گفته شود بحث‌های عمومی فعال، بخشی از مسأله نیستند و یا از آن دور هستند. بتنام و میل به شدت از آزادی مطبوعات پشتیبانی کرده‌اند. به دنبال دیدگاه نکر، بتنام مطبوعات را به مثابه عضوی مهم از چیزی می‌داند که آن را دادگاه افکار عمومی^۱ می‌خواند. او با اشاره به اندیشه‌ها و افکار مشترک به مثابه فشار اجتماعی، خواستار گسترش نظم در تمامی فعالیت‌های دولتی، به منظور حفظ سلامت آن در مقابل سوء استفاده از قدرت است.^۲ چنین دیدگاهی از مطبوعات، به شکل معناداری به پیش‌بینی اندیشه‌های معاصر ما درباره آزادی اطلاعات و شخصیت پردازی مدرن از وسایل ارتباط جمعی - البته به مثابه پاسداری برای (نفع) عموم - می‌پردازد.^۳ اما مداخله مداوم عموم برای بحث در امور سیاسی، به خودی خود به مثابه بهترین و یا عملی‌ترین مکانیزم برای تعیین خیر مصلحت عمومی پیشنهاد نشد، بلکه برآوردن امیال عمومی، همان گونه که توصیف شد، در گزینش اکثریت، به وسیله انتخابات منظم تبلور یافت.

دومین جابجایی در مفهوم سازی، با فلسفه دموکراتیک کثرت گرایانه همراه بود. خود مفهوم عمومی که در نوشته‌های اولیه به شکلی مبهم به معنای اعضای طبقه تحصیل کرده‌ای تعریف شد که بیشتر اوقات خود را در قهوه خانه‌ها و سالن‌ها سپری می‌کردند، در چارچوب‌های جدیدتر، به شکلی صریح و آشکار به مثابه رأی دهندگان شایسته مشخص گردید. بتنام در نوشته بعدی خود در مورد حق رأی عمومی و انجام انتخابات سالانه پارلمان، به منظور حفظ نظارت تنگاتنگ عموم بر نمایندگان - نمایندگان

1. The public Opinion Tribunal

2. Palmer, 1936, p. 245

۳. کمیسون درباره آزادی مطبوعات [کمیسون]، ۱۹۷۴. همچنین رجوع شود به Macaulay پیرامون مطبوعات به مثابه چهارمین ستون

مردم^۱ به بحث می‌پردازد. ^۲ نتیجه چنین بحثی، گسترش قابل ملاحظه در اندازه و عدم تجانس مفهوم عمومی بود. تعدادی بر این عقیده هستند که الگوی دموکراسی بتام - همانند (نمونه) روسو - بر این فرض مبتنی است که هر شهروند صلاحیت خواهد داشت تا عقیده سیاسی خود را در مورد موضوعات مبرم روز داشته باشد. ^۳ باین همه، پاتمن^۴ در سال ۱۹۷۰ این گونه نتیجه می‌گیرد که میل و بتام هیچ یک درباره انتظارات بالای رأی دهندگان و توانایی آنها برای مدنظر قرار دادن فعالیت سیاسی، اندیشه نکردند. وی تأکید می‌کند که این نظریه پردازان، بیشتر به توانایی عمومی برای انتخاب و رد نمایندگان علاقه مند بودند تا توانایی آن در حفظ عقاید سیاسی آگاهانه؛ همانند آن چه عنوان شد.

۳- افکار عمومی؛ موضوعی برای مطالعه

تا اواسط قرن نوزدهم، عمده مطالب نوشته شده درباره افکار عمومی، ماهیتی هنجاری و فلسفی داشتند و بیشتر شامل مطالعات در تئوری سیاسی بودند تا مطالعات مربوط به خود افکار عمومی. (البته نوشته‌های نکر در این مورد به طور قابل توجهی یک استثنا بود) اگرچه نظریه دموکراتیک نمایندگی در طول قرن نوزدهم از پشتیبانی فزاینده‌ای برخوردار شد، اما نوشته‌های این دوره به هیچ وجه در ارزیابی صلاحیت افکار عمومی پی‌گیرانه نبودند. طرفداران اصلاحات دموکراتیک و لیبرال، آن را به مثابه صدای طبقه متوسط روشنگر و حفاظی در مقابل بی قانونی و نیز به مثابه نماینده پیشرفت ملاحظه می‌کردند؛ در حالی که منتقدان محافظه کارتر، آن را به وجهی متضاد، یعنی از یک سو بالقوه خطرناک، سطحی،

1. Deputies of the people
3.e.g., Schumpeter, 1943

2. Pateman, 1970
4. Pateman

گذرا و بسیار گمراه کننده و از سوی دیگر همچون نیروی سیاسی نیازمند محدودیت‌های عملی، درک می‌کردند.^۱

تقریباً در پایان قرن نوزدهم، افکار عمومی در پرتو ویژگی‌های شیوه تجربی علوم اجتماعی در حال رشد و تکامل، به شکل فزاینده‌ای مورد تجربه و تحلیل منظم قرار گرفت.^۲ نویسندگان، فریفته نیروی تازه افکار عمومی در جامعه شدند. به نظر می‌رسید که این نیرو، باتوجه به دستاوردهای موجود در زمینه آموزش و پدیداری وسایل مؤثرتر ارتباطات جمعی، تقریباً در میان تمام طبقات اجتماعی گسترش می‌یافتند و قدرت کسب می‌کردند.^۳

با فرارسیدن سال ۱۹۰۰، یک جابه جایی، هم در توجه به مسأله وهم در شیوه تحلیل افکار عمومی، پدید آمد. همراه با رشد علوم سیاسی در دانشکده‌ها، نوشته‌های قرن بیستم در مورد افکار عمومی به شکل روشن‌تری به انعکاس علایق جامعه شناسانه و روان شناسانه پرداختند تا علایق سیاسی و فلسفی. در حالی که بسیاری از بحث‌های اولیه درباره افکار عمومی در ابتدا به مسأله فلسفی تبدیل اراده‌های جداگانه و فردی به اراده دولت مربوط بود، تحلیل گران به شکل فزاینده‌ای توجه خود را معطوف به مسأله فهم جنبه‌های اجتماعی و رفتاری افکار عمومی نمودند. به بیان بینکلی^۴ در سال ۱۹۲۸، علایق، به سمت موضوع عملکرد و قدرت‌های افکار عمومی در جامعه و وسایلی معطوف شد که با آن می‌توان افکار عمومی را اصلاح و کنترل کرد. همچنین، اهمیت نسبی عوامل هیجانی و عقلایی در تدوین و تنظیم آن مورد توجه قرار گرفت.^۵

1. Palmer, 1936, p. 247

3. Bryce, 1888, Trade, 1890/1903, Cooley, 1902, Lowell, 1913

4. Binkley

2. Lazarsfeld, 1957

5. Binkley, 1928, p. 393

این مسیر تحقیقاتی، مطالعه درباره افکار عمومی را به سوی زمینه‌های آکادمیک جدید، از جمله رفتار جمعی و روان‌شناسی اجتماعی، تحقیق نگرش و افکار، تحلیل تبلیغات سیاسی،^۱ رفتار سیاسی و تحقیقات وسایل ارتباط جمعی، سوق داد.

۴ - مسایل دیرینه افکار عمومی

آن‌گونه که لاسول^۲ در سال ۱۹۵۷ اظهار می‌دارد، در سپیده دم قرن بیستم، تقریباً بسیاری از مفاهیم اساسی و تمایزات مفهومی که می‌بایست در نوشته‌های تئوریک و تحقیقات تجربی بعدی درباره افکار عمومی آشکار شوند، به شیوه‌های مختلف مشخص گردید. اگرچه اصولاً افکار عمومی بر حسب بحث آگاه‌کننده و حکومت اکثریت (به ترتیب، به عنوان میراث عصر روشنگری و نظریه دموکراتیک نمایندگی) مطرح شد، اما این اصطلاح با خود مفاهیم مهم دیگری را نیز به همراه داشت. نویسندگان عصر روشنگری، با وجود تأکیدی که بر عقل بشر و پیشرفت جامعه به واسطه آموزش داشتند، در پذیرش جنبه‌های غیرعقلایی و هیجانی افکار عمومی کوتاهی نکردند. به عنوان مثال، اسپیر^۳ به ذکر تلاش‌های تعدادی از متفکران عصر روشنگری برای ایجاد مناظر عمومی و جشن‌های ملی پرداخت که هدف عمده آن، بیشتر فهرست کردن احساسات وطن‌پرستانه بود تا حمایت متفکرانه. در سرتاسر قرون هفدهم و هجدهم نقش افکار عام،^۴ به عنوان مجری آداب و رسوم و سنت‌های اجتماعی در مورد قانون مد فارغ از نظرات انتقادی نبود.^۵ به طور حتم اعتصابات عمومی و شورش‌های قرن نوزدهم، به دانشجویان اهل نظر فرصتی داد تا علایق

1. Propaganda

3. Speier (1950)

5. Noelle - Neuman, 1984

2. Lasswell

4. General Opinion

خود را درباره ماهیت عقلایی افکار عمومی مفروض بنمایانند. جنبه‌های غیرعقلایی رفتار عمومی در نیمه دوم قرن نوزدهم از سوی نویسندگانی که توجه خاصی را معطوف به رفتارهای تقلیدی و هیجانات مسری^۱ در جامعه کرده بودند، به دقت مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت.^۲

اگرچه تحقیقات علوم اجتماعی و تحلیل‌های هنجاری فلسفی افکار عمومی از هنگام شروع قرن بیستم هر یک به راه‌های جداگانه‌ای رفتند، اما هنوز هم ارتباط مهم و جاننداری میان آنها وجود دارد. یافته‌های تجربی را که حامل چگونگی تکامل و عملکرد افکار عمومی در جامعه است، نمی‌توان جز در پرتو این تفسیر روشن نمود که ما فکر می‌کنیم افکار عمومی باید به چه شیوه‌ای عمل نماید.^۳ البته ملاحظات دقیق در مورد سؤالات هنجاری اساسی در مورد افکار عمومی در سرتاسر قرن بیستم تداوم یافته است و لاوول (۱۹۱۳)، لیپمن (۱۹۲۲)، دوی (۱۹۲۷)، لاسول (۱۹۴۱)، میلز (۱۹۵۶)، شات‌اشنایدر (۱۹۶۰) و گینز برگ (۱۹۸۶) فقط مثال‌های معدودی از متفکرانی هستند که به طرح این سؤالات پرداخته‌اند.

برای خاتمه دادن به این فصل — و ایجاد چارچوبی پیرامون مفاهیم عملی اجتماعی و کاربردهای تحقیقاتی در فصل آینده — باید به اختصار، دلهره‌ها و نگرانی‌های دیرپایی که موجب ایجاد انگیزه و تداوم انجام تحقیقات مربوط به افکار عمومی شده است، مورد ملاحظه قرار دهیم. برای ساده سازی می‌توانیم این بحث را پیرامون پنج مسأله اساسی مبتلا به عموم مدرن^۴ سازمان دهیم که دو مورد از این مسایل، به سطحی بودن

1. Contagion

2. e.g., Trade, 1890/1903, Lebox, 1895/1960, See Also Mockay, 1841/1956, Chapter 3

3. Berelson, 1950

4. The Modern Public

بالقوه،^۱ یعنی فقدان قابلیت و منابع، ارتباط می‌یابد و سه مورد دیگر نیز به حساسیت و قابلیت بالقوه آن - به استبداد اکثریت،^۲ تبلیغ سیاسی یا اقناع توده‌ای^۳ و همچنین، ابعاد هوشمندی و ظرافت اقلیت برگزیده برمی‌گردد.

فقدان قابلیت

تا آن جا که ما مشاهده کرده‌ایم، قیود و شروط مربوط به توانایی عمومی برای هدایت امور سیاسی حداقل به زمان افلاطون باز می‌گردد و همین امر، در طول عصر خردگرایی نیز از برجستگی برخوردار است. اما شاید قوی‌ترین ادعای برای دولت از سوی افکار عمومی، محصول قرن بیستم باشد. [افکار عمومی لیپمن (۱۹۲۲) و دنباله آن شبیح عمومی در سال ۱۹۲۵] بحث اصلی لیپمن این بود که نظریه دموکراسی درخواست‌های زیادی از شهروندان معمولی دارد؛ در حالی که نمی‌توان انتظار داشت که آنها همچون قانون‌گذاران رفتار کنند و یا در همه مسایل روزانه فعالانه دخالت نمایند. به تخمین لیپمن، بخشی از مشکل، به بی‌توجهی عمومی توده‌ها و فقدان علاقه نسبت به امور سیاسی بازمی‌گردد. همان طور که برایش^۴ در سال ۱۸۸۸ اظهار داشته است، پرسش‌های عمومی در میان چیزهای مورد علاقه زندگی در درجه دوم و یا سوم قرار می‌گیرد. مردم انرژی زیادی را صرف فراگیری حقایق غیرقابل مشاهده^۵ مورد لزوم برای جهان سیاسی نمی‌کنند. آن گونه که لیپمن گفته است، ترکیب کردن مسأله شیوه‌ای بود که در آن افکار عمومی بر پایه تصاویر موجود در ذهن ما تبلور می‌یافت.^۶ شناخت و اطلاع دقیق از امور عمومی که باید افکار سالم بر

1. Potential Superficiality

2. The Tyranny of the Majority

3. Mass persuasion

4. Bryce

5. Unseen Facts

6. Lippmann, 1922, p. 29

پایه آنها قرار بگیرد، به سادگی برای شهروندان معمولی قابل دسترس نیست و به گفته لیپمن،^۱ جهان سیاسی، دور از دسترس، خارج از دید و خارج از ذهن است. شهروندان، ایده و تفکرات خود را با استفاده از گزارش‌های کاملاً ناقص بی‌تماس و یا کم‌تماس با رویدادهای واقعی، شکل می‌دهند. آنها همه آن چه را که می‌شنوند و یا می‌بینند، بر اساس پیش‌داوری‌ها و ترس‌هایشان از صافی می‌گذرانند. اگرچه در جوامع ساده‌تر ممکن است حاکمیت افکار عمومی با موفقیت روبرو باشد، اما جهان صنعتی مدرن، بیش از آن بزرگ و پیچیده شده است که این مسأله در آن اتفاق بیفتد. به بیان لیپمن ویلی، شهروند خصوصی امروز^۲ احساس می‌کند که بیشتر همانند تماشاگر ناشنوایی است که در ردیف عقب قرار دارد و باید ذهن خود را مشمول رازهای خارج آن نقطه کند، اما کاملاً نمی‌تواند آگاهی خود را حفظ کند.^۳

مطبوعات که از سوی دموکرات‌های پیشرو به مثابه ابزاری جهت آموزش و تحول عمومی^۴ قلمداد می‌شود، از دیدگاه لیپمن فقط به بیماران افکار عامه کمک می‌کند. او صریحاً اظهار می‌داد: «این کار عملی نیست و هنگامی که شما ماهیت اخبار را مدنظر قرار می‌دهید، حتماً قابل فکر کردن نیست. اگر روزنامه‌ها عهده دار وظیفه برگردان و ترجمه تمام زندگی عمومی بشریت شوند، آنها شکست می‌خورند و مجبور به شکست خوردن هستند و در هر آینده‌ای نیز می‌توان تصور کرد که آنها همچنان باشکست روبرو خواهند شد.»^۵

لیپمن، اولین کسی نبود که به اختلاف میان تصور مشارکت عمومی در یک دموکراسی (که از سالن‌ها و قهوه‌خانه‌ها دوره‌های پیش‌تر به ارث رسیده است) و آثار افکار توده‌ای در یک کشور دارای قانون‌گذاری مدرن

1. Ibid, 1922, p. 29
3. 1925, p. 13
5. 1922, p. 362

2. Private Citizen Today
4. e.g., Cooley, 1909

اشاره نمود.^۱ اما آثار او، به دلیل شور و حرارت و بصیرت آنها و به ویژه به دلیل بازنگری و اصلاح رادیکال حاکمیت دموکراتیکی که آنها مدافع آن بودند، قابل ملاحظه بود. وی با کنار گذاشتن امیدواری نسبت به عقاید توده‌های صالح، بر این اعتقاد بود که افکار عمومی نمی تواند اصلاح شود، مگر آن که یک سازمان دارای مهارت و مستقل که توسط دانشمندان علوم سیاسی اداره می‌شود، بتواند حقایق غیرقابل مشاهده را برای تصمیم گیران، واضح و روشن سازد و افکار عمومی را برای مطبوعات سازمان بدهد. او شبکه‌ای از آژانس‌های گردآورنده روشنفکران را (برای هر دفتر کابینه فدرال، یک نفر) با منابع مستقل تأمین مالی و بودجه، تعیین دوره تصدی و دسترسی نامحدود به حقایق^۲ برای انجام آن وظایف پیش‌بینی نمود.^۳

فقدان منابع

منتقدان بعدی، اگرچه مخالفتی با تصویرنمایی عمومی لیپمن در مورد افکار عمومی مدرن نداشتند، اما استثناهایی را نسبت به برداشت او از شایستگی عامه مردم برای حاکمیت دموکراتیک قایل بودند.

دوی،^۴ به بارزترین شکل عنوان نمود که از نظر عموم، مسأله عدم صلاحیت مهم تلقی نمی‌شد، بلکه بیشتر فقدان روش‌های مناسب برای ارتباطات عمومی^۵ مطرح بود. او اظهار داشت که ابزارهای فیزیکی و بیرونی جمع آوری اطلاعات، از مرحله عقلانی^۶ تحقیق و سازمان دهی نتایج نسبی فراتر رفته است.

۱. رجوع شود به: الکسی دوتوکویل ۱۹۴۵ - ۱۸۳۵، برائیس ۱۸۸۸

2.Unrestricted Access to the Facts

3.Ibid, 1922,p.386

4.Dewey,1927

5.Public Communication

6.Intellectual phase

برخلاف لیپمن که فکر می‌کرد جامعه بزرگ^۱ هرگز نمی‌تواند به اجتماع بزرگی^۲ که برای داشتن یک دموکراسی ملی واقعی مورد نیاز است، منجر می‌شود، دوی بر این اعتقاد بود که این امر قابل تصور است؛ حتی اگر هرگز نتواند همه کیفیت‌های یک اجتماع محلی را کسب کند. بخشی از پاسخ آموزشی است. به گفته دوی، لازم نیست که مردم برای انجام تحقیقات نظام مند درباره موضوع مورد علاقه مشترک دانش و مهارت داشته باشند، بلکه آنها فقط باید توان قضاوت درمورد شناخت فراهم آمده توسط خبرگان در زمینه موضوعات مورد علاقه را داشته باشند. او با لیپمن موافق است که علوم اجتماعی در تصحیح موقعیت دموکراتیک نقش محوری را بازی می‌کند، اما در عین حال، نوع کاملاً متفاوتی از یک نقش را به تصویر می‌کشد. او به جای یک سیستم اطلاعاتی تحقیقی سطح بالا، نوعی از علوم اجتماعی مبتنی بر اجتماع محلی^۳ را مطرح می‌سازد که تفسیرهای خود را به عموم، باارایه هنرمندانه در مطبوعات فراگیر برای آنها منتشر می‌سازد. به عبارتی دیگر، نیاز اساسی، عبارت است از اصلاح شیوه‌ها و شرایط مناظره، بحث و اقناع که مشکل عمومی به حساب می‌آید.^۴ در امتداد همین بحث، تیتز یک فصل کتاب لاسول در سال ۱۹۴۱ با عنوان «دموکراسی در درون افکار عمومی»، موضوع را به طور مختصر این گونه اظهار می‌دارد که دموکراسی، نیازمند شیوه تازه‌ای از بیان است.

همچنین، دیگران نیز مسأله اولیه را به عنوان فراهم سازی منابع مناسب برای عموم مدنظر داشته‌اند. به عنوان مثال، شات شنایدر^۵ می‌گوید

1. Great Society

3. Local Community

5. Schatt Schneider, 1960

2. Great Community

4. Dewey, 1927, p.208

که اگر مسأله‌ای در افکار عمومی وجود دارد، باید آن را در فرضیات عنوان شده در تئوری دموکراتیک کلاسیک [یعنی شهروندان مقتدر] یافت و نه در خود توده مردم. او می‌گوید: «مردم در در دنیای مدرن، با فراگرفتن آن چه نیازمند به دانستن آن هستند و آن چه نیازی به دانستن آن ندارند، می‌توانند زنده بمانند. بنابراین، شهروندان نیاز ندارند تا در تمام جزئیات کارهای روزمره دولت مداخله کنند. اما هنگامی که لازم باشد و یا علایق و منافع آنها نادیده گرفته شود، آنها به طور طبیعی برخورد و دخالت می‌کنند.» به نظر شات اشنايدر، آن چه شهروندان نیاز دارند، یک سیستم شناسی رقابتی با رهبریت قوی، اختلاف نظر و جایگزین‌های روشن است. منتقدان دیگر نیز همین بحث را می‌کنند. آنها که به انواع مختلف به سرزنش می‌پردازند، این کار را نه در میان عموم، بلکه در اطاق‌های نمایندگان و یا دفاتر سردبیران انجام می‌دهند.^۱ براساس این پیشنهاد، راه حل، عبارت از ارایه منابع بهتر، با استفاده بیشتر از وسایل ارتباط جمعی به منظور استفاده عموم است.^۲

استبداد اکثریت

سومین مسأله مورد نگرانی پایدار برای تحلیل گران افکار عمومی، خطر رواج نوعی پیش پافتادگی به صورت کمترین مخرج مشترک در افکار عمومی است که به واسطه فشار اکثریت ایجاد و حفظ می‌شود. در نگاهی دیگر، خطر آن است که در صورت وجود اکثریت گسترده، نظرگاه‌های مهم اقلیت، حتی در صورت باارزش بودن، به طور کامل بیان نشود. این ترس، در اوایل قرن نوزدهم توسط الکسی دوتوکویل (۱۸۳۵) توضیح داده شده

1. e.g. Entman, 1969

۲. کمیسیون ۱۹۴۷

است. او اخطار می‌کند که در جامعه‌ای از برابرها، افرادی که در اقلیت قرار دارند، ممکن است تنها و بدون حمایت، در مقابل یک اکثریت مسلط رها شوند. در سرتاسر قرن بیستم، مسأله انطباق با افکار اکثریت، چه در انتقاد اجتماعی و یا در علوم اجتماعی، موضوعی مستمر بوده است.^۱ نوئل نیومن در سال ۱۹۸۴، با اشاره به کناره‌گیری اقلیت در صورت وجود فشار اکثریت به مثابه یک ماریج سکوت^۲، این نگرانی‌ها در تحقیقات افکار عمومی را مجدداً بیان کرده است.

بسیاری از تحلیل‌گران اخطار کرده‌اند که قدرت اکثریت می‌تواند در طول زمان به شکل فزاینده‌ای مسأله ساز شود. برایش^۳ اظهار می‌دارد: «هرچه حاکمیت افکار عمومی [اکثریت] طولانی‌تر باشد، حاکمیت اکثریتی که شکل می‌گیرد، مطلقه‌تر خواهند بود و هرچه اقلیت‌هایی که باید شکل بگیرند، کمتر دارای انرژی باشند، تعداد سیاست‌مداران احتمالی که خود را به شکل دادن افکار مشغول نمی‌کنند، اما سعی بر کشف و شتاب دهی در اطاعت از آن دارند، بیشتر خواهد بود».^۴ پاسخی که برایش و سایر منتقدان در قبال این مسأله داده‌اند، جامعه‌پذیری دموکراتیک شایسته و آموزشی است.^۵ یک دموکراسی، باید یک فردیت قوی را در شهروندان پرورش دهد و تأمین‌کننده این امر باشد که نگرانی‌های اقلیت به طور رضایت بخشی مورد تأکید قرار خواهد گرفت (پرورش فردیت، خود می‌تواند پیام آور مشکلاتی باشد. لاول در سال ۱۹۱۳ این گونه استدلال می‌کند که بعد از بحث عقلایی، قضاوت اکثریت از طرف اقلیت ناسازگار کاملاً رد می‌شود. به باور لاول، یک دموکراسی، نیازمند به ایجاد تعادل میان تحمل نظرات اقلیت و قبول خواست‌های اکثریت است.)

1. Wite, 1961, Allen, 1975

3. Bryce, 1888

5. Lowell, 1913

2. Spiral of Silence

4. P. 13

حساسیت نسبت به اقناع^۱

چهارمین نگرانی را باید در حساسیت عمومی نسبت به اقناع و به ویژه در جذابیت‌ها و خواست‌های شدید هیجانی و غیرعقلایی جستجو کرد. به طور حتم این نگرانی مجاز به نظر می‌رسد و تا میزانی که خواست‌های هیجانی بخش و جزیی از علم سیاست باشند، به صورت کاملاً عادی مورد توجه قرار می‌گیرند.^۲ لیپمن، با در نظر گرفتن یک مثال اولیه اشاره می‌کند که ساختن یک اراده عام از میان آرزوها و خواسته‌ای چند وجهی جدا از هم، آن گونه که بسیاری از فیلسوفان سیاسی تصور کرده‌اند، یک راز هگلی^۳ نیست، بلکه هنری است که به خوبی برای رهبران، سیاستمداران و کمیته‌های تدارکاتی شناخته شده است و به طور اساسی، شامل استفاده از نمادهایی است که پس از انفصال آنها از ایده‌های مربوطه هیجان را متراکم می‌کنند.

موفقیت رژیم‌های فاشیستی در اروپا در فاصله جنگ‌های جهانی که با استفاده گسترده آنها از وسایل ارتباط جمعی همراه بود، به علایق گسترده‌ای در میان اندیشمندان علوم اجتماعی آمریکا به منظور تحلیل تبلیغات سیاسی^۴ و اقناع دامن زد. هراسی که برنامه بخش رادیویی اورسون ولز^۵ تحت عنوان جنگ دنیاها^۶ نوشته جی. ولز در ۱۹۳۸ پدید آورد،^۷ مشخص نمود که ظرفیت‌های رسانه برای شتاب بخشیدن به حرکت‌های غیرعقلایی توده بسیار قابل ملاحظه است. تعجب آور نیست که در سرتاسر قرن بیستم، تحقیقات مربوط به افکار عمومی و علاقه مندی در مورد اقناع توده، در پیوند با هم حرکت کرده‌اند. از سال ۱۹۲۷ که

1. Persuasion

3. Hegelian Mystery

5. Orson Welles

7. Herzog, Cantrill, Gaudet, 1940

2. Kornhauser, 1950, Edelman, 1964

4. Propaganda

6. War of the Worlds

لاسول کتاب مهم خود تحت عنوان «تکنیک تبلیغاتی در جنگ جهانی» را منتشر ساخت تا دهه، مطالعه افکار عمومی و تبلیغات، ارتباط تنگاتنگی با همدیگر داشتند. به عنوان مثال، بسیاری از خوانندگان اولیه در این زمینه، در عناوین کتاب‌های خود، از کلمه پروپاگاندا (تبلیغات سیاسی) استفاده کردند.^۱

مسلط شدن برگزیدگان^۲

گرچه برخی از افراد از تمرکز بیش از حد قدرت در دستان عموم ترس داشته اند، اما همچنین، تعداد بسیاری نیز نگران مقدار بیش از حد ناچیز آن هستند. پنجمین علت بادوام نگرانی درباره افکار عمومی دردموکراسی‌های مدرن، توجه به مسأله‌ای است که گینز برگ^۳ در سال ۱۹۸۶ آن را اهلی سازی عقاید توده^۴ می‌نامد. در این جا مسأله توجه به انفعال فزاینده از جانب توده‌ها است که به اشکال مختلف، به کشیده شدن آنها به زیر تسلط دولت و گروه برگزیدگان منجر می‌شود. به عنوان مثال، میلز در سال ۱۹۵۶ جامعه آمریکایی را دربرگیرنده سه قشر سلسله مراتبی می‌بیند؛ قشر محدودی از نخبگان قدرت؛ مجموعه به بن بست رسیده‌ای از نیروهای سیاسی برقرارکننده تعادل و توازن و تعداد کثیر وفزاینده توده‌های شهروند بی‌قدرت.

وی صرف نظر از لذت بردن از جریان آزاد و آرمانی شده و مباحث مربوط به مناظره‌های دموکراتیک، استدلال می‌کند که مردم ایالات متحده، به واسطه وسایل ارتباط جمعی، بیشتر به بازاری که مصرف می‌کند، تبدیل شده اند تا توده‌ای که ایده و افکار تولید می‌کند.^۵

1. e.g., Smith, Lasswell, Casey, 1946, Doob, 1948, Katz, Cartwright, Eldersveld, Lee, 1954

2. Domination by Elites

3. Ginsberg

4. The Domestication Mass Belief

5. See also Haber Mas, 1962/1989, Citlin, 1978

اشکال دیگر تسلط نیز توسط منتقدان معاصری که مکانیزم‌های مختلف کنترل نخبگان را مشاهده می‌کنند، پیشنهاد شده است.^۱ گینز برگ اظهار داشته است که با پیدایش دموکراسی الکترال (رأی گیری)، روابط سستی خصمانه میان مردم و دولشان با یکی از وابستگی‌ها جایگزین شده است. امروزه، مردمی که با میل از حکومت حمایت می‌کنند، به طور فزاینده‌ای وابستگی آنها به خدمات دولت افزایش یافته است. به گفته وی: «با توسعه نهادهای رأی گیری، توضیح افکار توده شکنندگی کمتری یافته است و وقتی شهروندان دولت را به مثابه منبع سودآوری تلقی می‌کنند، به طور اساسی افکار نسبت به حاکمیت مرکزی کمتر حالتی خصمانه می‌یابد. به طور خلاصه، رژیم‌های غربی، افکار توده را از نیرویی اغلب متخاصم، غیرقابل پیش‌بینی و شکننده، به پدیده‌ای کمتر خطرناک و رام شدنی تبدیل کرده‌اند.» گینز برگ، صنعت رأی گیری عمومی را با وجود مقاصد اعلام شده اش در مورد افزایش صدای دموکراتیک مردم،^۲ به مثابه بخش اصلی این فرایند اهلی سازی تلقی می‌کند. در همین چارچوب، هابرماس استدلال می‌کند که مکانیزم‌های شکل گیری وفاق سیاسی در کشورهای دموکراتیک مدرن، همانند رأی گیری منظم و رقابت‌های انتخاباتی مردمی - اگرچه فشارهای ادواری را بر روی دولت به منظور ارضای نیازهای اساسی جمعیت ایجاد می‌کنند - تشویق و ترویج نمی‌شوند و حتی ممکن است مناظره و مباحث عقلایی و یا طیف گسترده بحث‌های عمومی را که مشخصه قلمرو عمومی واقعی است، سرکوب کنند.^۳

البته نگرانی‌های مهم دیگری نیز وجود دارد؛ اما این پنج مورد، همواره بیشترین توجه را به خود جلب کرده‌اند. در یک سطح عمومی،

1. e.g., Herman, Chomsky, 1988

2. Gallup, Rea, 1940

3. PP. 221 - 222, But See Crespi, 1989, pp. 93 - 130

سؤال اصلی این است که آیا فرایندهای افکار عمومی، در عملکرد طبیعی خودشان، با تکیه بر مفهوم مورد استفاده از آنها در افکار اولیه عصر روشنگری، دموکراتیک تلقی می‌شوند یا خیر. به عبارت دیگر، آیا افکار عمومی واقعی و یا آن چه که در انتخاب سیاسی تأثیر می‌گذارد،^۱ به درستی توسط مساوات گرایان، ارتباطات بنیانی علایق و ایده‌های عمومی نسبت به سیاست گذاران شکل داده شده است. با بازگشت به بحث خودمان درباره طرز برخورد های علمی - اجتماعی افکار عمومی، نه فقط ملاحظه خواهیم کرد که محققان افکار عمومی چگونه به آثار خود از نظر مفهومی برخورد کرده‌اند، بلکه مشاهده خواهیم کرد که آنها چگونه به شیوه‌های مختلف، وضوح بیشتری را در مورد ین سؤال‌های دیرپا ایجاد نموده‌اند.

فصل دوم

آفرینش مفهوم «عموم»

درآمد

امروزه، شاید عام‌ترین مفهوم از افکار عمومی، از نظر بسیاری با تجمع کم بیش روشنی از افکار فردی و یا آن چه که صندوقهای آرا قصد اندازه‌گیری آن را دارند، یکسان می‌دانند^۱ وقتی ما این اندیشه را با اندیشه رایج در اوایل قرن بیستم مقایسه می‌کنیم، تضاد چشمگیری در آن مشاهده می‌کنیم. تحلیل گران اولیه، به احتمال زیاد، افکار عمومی را به عنوان یک پدیده ذاتاً جمعی و فرافردی تلقی می‌کردند و یا به گفته کولی^۲، این پدیده، به عنوان محصول جمعی ارتباطات و تأثیرات دو جانبه مدنظر قرار می‌گیرد. اگرچه پیدایش رأی‌گیری عمومی بعداً تمایل به فردی شدن این مفهوم را پدید آورد و آن را با مفهوم نظریات اکثریت که در قبل درباره آن بحث شد، نزدیک ساخت، اما افکار عمومی، به طور عام در اوایل دهه ۱۹۰۰ به مثابه یک نوع محصول خاص و نه به عنوان مجموعه‌ای از افکار عمومی جداگانه در سطح جامعه مدنظر قرار گرفت. بر این اساس، افکار عمومی، به مثابه افکار یک توده عمومی تلقی شد.

این تمایل به درک مفهوم افکار عمومی در شرایط فرافردی، بخش و دوره‌ای از تکامل مسأله را دربرمی‌گیرد. دانشجویان دوره علوم انسانی،

1. p. Converse, 1987, Childs, 1939, Minar, 1960

2. Cooley, 1909

اجتماعی و روان‌شناسی در آغاز قرن بیستم در اروپا و آمریکا، به روشنی جذب علایم و نشانه‌های رفتار جمعی از قبیل جمعیت‌های خودجوش^۱، اعتصابات، تظاهرات توده‌ای و آشوب‌ها شده بودند که در واقع معرف آن دوره بود. تحلیل گران همچنین جذب نقشی شده بودند که رسانه‌های ارتباطی مدرن و به طور اساسی مطبوعات ایفا می‌کردند. این رسانه‌ها در واقع نقش خود را در لباس شکل دهی و هدایت روان‌شناسی توده‌ها متبلور می‌ساختند. این مهم، در مقابل پس زمینه منافع ذهنی عام در پدیده‌هایی چون رفتار توده و جمعیت بود که تلاش‌های اولیه را به منظور برخورد علمی - اجتماعی با مسایل افکار عمومی مهیا می‌ساخت.

هدف این فصل، عبارت است از بررسی برخوردهای ابتدایی و مؤثر با اصطلاح عموم؛ یعنی مفاهیمی که افکار عمومی را کاملاً در ارتباط تنگاتنگ با رفتار جمعی شناخته و توجه خود را به طور عمده به توضیح ماهیت اجتماعی عموم، به عنوان یک گروه در حال گذار و دارای ساختاری غیرمنسجم معطوف کرده است.^۲ محور این برخوردها، این اندیشه است که می‌توان افکار عمومی را به عنوان بخشی از یک فرایند جامعه‌شناسانه بزرگ‌تر و مکانیزمی تلقی کرد که به واسطه آن جوامع باثبات می‌توانند با واسطه بحث و گفتگو خود را با شرایط در حال تغییر وفق دهند. در عین حال، توجه ویژه‌ای هم معطوف به مفهوم مسأله^۳ عمومی شده است؛ به ویژه در روشی که در آن عموم، به عنوان یک هویت اجتماعی در حال تکامل می‌تواند از نظر تئوری در طول زمان خود را به واسطه بحث‌های

1. Spontaneous Crowds

2. e.g., Park, 1904/1972, Blumer, 1946, Davison, 1958, Foote & Hart, 1953

3. Issue

خودجوش، گفتگو و مخالفت‌های جمعی پیرامون یک موضوع شکل دهد. بر پایه این دلایل، نویسندگان دوره‌های بعد، گاهی اوقات به آفرینش مفهوم سازی عمومی، به مثابه یک الگوی قیاسی^۱ رجوع می‌کنند.^۲ اگرچه این چارچوب مفهومی هم اکنون دارای قدمتی صدساله است، اما اغلب اوقات به طور غیرمستقیم اندیشه جاری را در مورد افکار عمومی در طیف وسیعی از رشته‌های مختلف (به عنوان مثال علوم سیاسی) مطلع می‌سازد.^۳

این شیوه تدوین علوم اجتماعی، با تأکید بسیار قوی خود بر افکار عمومی به عنوان مظهر بحث در بسیاری از جنبه‌ها، همان طور که در قبل درباره آن بحث شد، به طور مستقیم از عقاید عصر روشنگری قرن هجدهم مایه گرفته است. اما چارچوب تحلیلی که در سال‌های ۱۹۰۴ و ۱۹۷۲ توسط پارک^۴ مطرح و در سال ۱۹۴۶ توسط بلومر^۵ اصلاح شد، نمایان گر پیشرفت در چندین جنبه مهم بود. این نوآوری، از درون علایق علمی عام برای درک روابط علوم انسانی پدیدار شد و در جستجوی آن بود که افکار عمومی را در پرتو اهمیت جامعه شناسی، گسترده‌تر درک نماید.^(۱) مهم‌تر از همه این که، این مسأله مهم، عقاید فلسفی — سیاسی پیشین درباره افکار عمومی (برای مثال این تصور که افکار عمومی بیانگر اراده عمومی^۶ است) را با علایق اجتماعی — روان شناسی مدرن ارتباط می‌دهد و به این ترتیب، میان مطالعات علمی — اجتماعی اخیر پیرامون نگرش‌ها و افکار ارتباط برقرار می‌کند (فصل سوم). الگوی قیاسی که از

1. Discursive

2. Young, 1948, Bogardus, 1951, price & Roberts, 1987, price, 1988

3. See Nimmo, 1978, Cobb & Elder, 1983

4. PARK

5. Blomer

6. General Will

نظر علوم اجتماعی دارای جهت گیری است، در تلاش است تا یک پرتو مفهومی را بر شیوه‌هایی بتاباند که در آن ماهیت افکار عمومی به طور اساسی ارتباطاتی^۱ است.^۲ در نتیجه، این الگو می‌تواند فرصت مناسبی برای بررسی هویت‌های متفاوتی که به راه‌های مختلف با اصطلاح عمومی در تحقیقات معاصر پیرامون افکار عمومی معادل تلقی می‌شوند، پدید آورد. هدف بخش پایانی این فصل آن است که در پرتو مفاهیم جامعه‌شناسانه از عموم، طیف گسترده‌ای از گروه بندی‌های جمعی - از قبیل نخبگان، عموم موضوعی،^۳ عامه مردم حساس و همچنین عامه مردم - را مورد بررسی مجدد قرار دهد؛ زیرا این گروه‌ها معمولاً در تحقیق تجربی افکار مدنظر قرار می‌گیرند. هدف ما این نیست که در حمایت یا علیه هرگونه مفهوم خاص برای عمومی بحث کنیم، بلکه به طور ساده قصد داریم تا به مطالعه روش‌هایی پردازیم که محققان و تحلیل‌گران به واسطه آنها انواعی از مفاهیم را در سطح جمعی و تعاریف عملی برای توصیف تحلیل افکار عمومی به کار می‌گیرند.^(۲)

۱- جمعیت، عموم و توده‌ها

خاطر نشان کردن این مطلب مفید است که مفاهیم جامعه‌شناسانه افکار عمومی، اصولاً موازی با علوم جدید روان‌شناسی جمعیت در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم پدیدار شد. موسکویچی در سال ۱۹۸۵ این گونه بحث کرد که می‌توان نشانه‌های کل روان‌شناسی اجتماعی مدرن را در علایمی یافت که در آن دوره پیرامون توده‌ای کردن^۴ جامعه و امراض

1. Communicative

2. Price, 1988

3. Issue public

4. Massification

ناشی از آن، یعنی طغیان‌های شدید،^۱ هراس توده‌ای^۲ و دیگر شاخص‌های واضح مبتنی بر دگرگونی‌های شدید، در محیط‌های جمعی وجود داشت و مردم دستخوش آن بودند. معمایی که باید حل می‌شد این بود که چگونه افراد عادی می‌توانند به دسته‌های خشمگین یا تظاهرات کنندگان دوآتشه تبدیل شوند. این سؤال از طرف لبن^۳ در کتاب مهم وی در سال ۱۸۹۵ تحت عنوان «روان‌شناسی جمعیت» مطرح شده است. وی در این کتاب تلاش کرد تا زمینه‌های اولیه را برای شکل‌گیری دانش روان‌شناسی جمعیت فراهم آورد. اگرچه امروزه مفهوم جمعیت به ندرت به کار می‌رود، اما می‌تواند برخی از صفات اساسی دو مفهوم معاصر جمعی، یعنی توده و عمومی^۴ را روشن و منعکس سازد.

جمعیت^۵

لبن در بحث مطالعه علمی مربوط به جمعیت‌ها متذکر می‌شود که احتمالاً شکل‌گیری طبقات مردمی^۶ در زندگی سیاسی، مهم‌ترین تکامل در جامعه مدرن است. او جمعیت را یکی از مکانیزم‌های اصلی در نظر گرفت که به واسطه آن این طبقات می‌توانستند به طور فزاینده‌ای ادعاهای سیاسی شان را به شدت و با استفاده از اقدامات خشونت آمیز و تخریبی بیان کنند. به نظر او، حق الهی توده‌ها می‌بایست جایگزین حقوق الهی پادشاهان شود. به همین دلیل، فهم علمی این جمعیت‌ها و شیوه رفتارشان در مطالعات جامعه مدرن باید جایگاه محوری می‌یافت.

قانون وحدت ذهنی جمعیت لبن، به طور فزاینده‌ای به کشفیات پراهمیتی در روان‌شناسی روز، به ویژه در زمینه هیپنوتیزم و تلقین پذیری

1. Violent Outbursts

3. Lebon, 1895

5. The Crowd

2. Mass Panic

4. The Mass & The Public

6. Popular Classes

ناخودآگاه منجر شد. وی برای رفتار جمعیت، سه علت اساسی مشخص کرد. اول این که غوطه ور شدن در یک جمعیت، موجب سست شدن موانع مدنی حاکم بر غرایز اصلی در افراد می‌شود؛ دوم این که هیجانات و اعمال، ما تقلیدهای خودانگیخته مسری، به سرعت گسترش می‌یابد؛^۱ سوم و از همه مهم‌تر این که شخصیت خودآگاه فرد، تحت نفوذ جمعیت زایل می‌شود و فرد، مطیع اقناعات ناخودآگاه و تلقین پذیری می‌شود؛ یعنی افراد به طور اساسی در مقابل اراده جمعی جمعیت هیپنوتیزم می‌شوند.^۲ درواقع همین حالت هیپنوتیزمی است که به جمعیت امکان می‌دهد تا به طور متحد و هماهنگ و اغلب با تأثیرات مرعوب کننده عمل نمایند.

تحلیل گران دوره‌های بعدی رفتار جمعی، لزوماً در شخصیت سازی ترس آور لبن از زندگی در عصر جمعیت‌ها^۳ شریک نبودند و اکثر آنها چارچوب مفهومی هیپنوتیک او را رها کردند. باوجود این، علاقه آنها نسبت به اجتماعات کمتر هدایت شده،^۴ مجامع شبه جمعیتی^۵ مردم و عملکردهای مختلف اجتماعی آنها همچنان باقی ماند.^۶ با توسعه حیطه رفتارهای جمعی این علایق، نه تنها جمعیت‌ها، بلکه بسیاری از اشکال هم سرشتی مثل هوس، مد و منش‌های اجتماعی، مدنظر قرار گرفت. فوت^۷ و هارت^۸ در سال ۱۹۵۳ این گونه عنوان کردند که انواع مختلف رفتار جمعی، از جمله پدیده شبه جمعیت، به طور اساسی می‌تواند در شکل‌گیری افکار عمومی و به طور اخص در مراحل اولیه آن، دخالت داشته باشند. به نظر آنها، تحلیل گران از توجه به فرایندهای نسبتاً تعریف

1. See also Tarde, 1890/1903

3. Era of Crowds

5. Crowdlike

7. Foote

2. Lebon, 1895/1960, park, 1904/1972

4. Loosely Structured

6. e.g., Blumer, 1964

8. Harts

نشده، محققانه و آزمایشی جمعی سود خواهند برد؛ چرا که سرانجام از درون آن، فرایندهای سازمان یافته‌تر و منطقی‌تر اعمال اجتماعی – مثل مباحث عمومی – پدیدار می‌شود. با این همه، هنوز هم بیشتر مفاهیم حاصل از حیطه رفتار جمعی، مثل عقاید عام درباره خود جمعیت، هرگز به طور عمیق در مطالعات افکار عمومی مورد استفاده قرار نگرفته‌اند. به بیان دقیق‌تر، جمعیت، به طور اساسی به عنوان نوعی از یک مفهوم مخالف^۱ در مقابل تعریف از اصطلاح عموم قرار دارد.

عموم

دستاورد مفهومی پارک این بود که وی جمعیت و عموم را به طور کلی در یک جنبه کلیدی مشابه قلمداد کرد؛ زیرا هر دو، مکانیزم‌هایی برای انطباق و تغییر اجتماعی هستند؛ یعنی شکل‌های گذار اجتماعی که گروه‌های اجتماعی برای دگرگون کردن خود و تبدیل به سازمان‌های جدید از آن سود می‌جویند. به علاوه، جمعیت و عموم هر دو می‌توانند همانند مسیرهای اولیه خلق هویت‌های کاملاً نوین اجتماعی عمل کنند. به عبارت دیگر، آنها شیوه‌هایی هستند که افراد موجود در گروه‌های بنیان یافته متفاوت می‌توانند با استفاده از آنها خود را در بنیان‌های جدید سازمان دهند. به اعتقاد پارک، هم جمعیت و هم عموم، تحت تسلط نوعی نیروی جمعی یا اراده عام هستند که هیچ یک از آنها تاکنون موقعیت یک هنجار اجتماعی آشکار را نیافته‌اند. بنابراین، هیچ کدام نمی‌توانند به عنوان یک جامعه در نظر گرفته شوند. جمعیت و عموم، گروه‌های سازمان یافته رسمی نیستند، اما در فرایند شکل‌گیری گروه‌ها، مراحل مقدماتی تجربی به حساب می‌آیند. از سوی دیگر، تفاوت‌های مفهومی مهم میان جمعیت و

عموم وجود دارد. پارک معتقد است که مشخصه جمعیت، یکپارچگی تجربیات هیجانی آن است؛ در صورتی که مشخصه عموم مخالفت و بحث‌های عقلایی است. جمعیت در واکنش به هیجانات مشترک رشد می‌یابد؛ در حالی که عموم در واکنش به یک موضوع سازمان پیدا می‌کند. ورود به یک جمعیت، تنها نیازمند توانایی در نشان دادن احساس و همدلی است؛ در صورتی که پیوستن به عموم نیازمند توانایی برای فکرکردن و استدلال در برابر دیگران است. حداقل بخشی از رفتار عموم می‌تواند به وسیله وجود هیجانات مشترک هدایت شود؛ وقتی عموم خاصیت انتقادی خویش را از دست می‌دهد، رنگ می‌بازد و به جمعیت تبدیل می‌شود.

می‌توان گفت که بلومر، احتمالاً کامل‌ترین برخورد مفهومی را با توسعه و روشن‌سازی تحلیل اولیه پارک از مفهوم عمومی به عنوان ماهیت جمعی اولیه ارایه داد. به نظر بلومر، اصطلاح عموم برای ارجاع به گروهی از مردم به کار می‌رود که - با مسأله‌ای مواجه شده‌اند؛ ۲- در مورد شیوه برخورد با آن مسأله‌ایده‌های متفاوتی یافته‌اند، ۳- در بحث پیرامون موضوع دخالت می‌کنند. عدم توافق و بحث حول و حوش یک مسأله خاص به عموم موجودیت می‌بخشد. یک مسأله مردم را وادار می‌سازد تا در واکنش نسبت به آن مسأله به صورت جمعی عمل کنند، اما آنها فاقد هرگونه سنت و یا قوانینی هستند که به وضوح بیان کند که چه نوع اعمالی باید صورت گیرد. عموم، همانند جمعیت، فاقد مشخصات ویژه از یک جامعه است^۱ و اعضایش نقش‌های پایگاهی ثابتی ندارند (اندیشه‌های مساوات طلبانه‌ای که در تفکر قرن هیجدهم رایج بود رابه یاد آورید) به گفته بلومر: «عموم، نوعی گروه بی شکل^۲ است که اندازه و تعداد اعضای آن باتوجه به

موضوع تغییر می کند و به جای داشتن فعالیت های قابل تعریف در تلاش برای رسیدن به یک عمل درگیر می شود و بنابراین، مجبور می گردد که عملش را خلق کند».

بنابراین، به گفته بلومر، مباحثه متقابل به ابزارهایی مبدل می شود که افکار عمومی براساس آن شکل می گیرد. برای انجام چنین بحث هایی وجود زبان مشترک درباره اصطلاحات بنیادین (دنیای بحث)^۱ لازم است. مردم و گروه های مختلف، درگیر در بحث، نیازمند این هستند که بتوانند موقعیت های یکدیگر را مدنظر قرار دهند و خواستار آن باشند تا به منظور تعیین جریان عمل جمعی قابل قبول با یکدیگر مصالحه کنند. با وجود این، بلومر به صراحت این مسأله را مورد توجه قرار داد که مباحث عمومی ممکن است طیف گسترده ای از زمینه های احساسی و پیش داورانه تا «روشنفکرانه و متفکرانه شدید» را دربرگیرد. وی به دنبال گفته های لیپمن در سال ۱۹۲۵ مطرح ساخت که عموم معمولاً از یک سواز گروه های منافع تشکیل شده است که افراد آن در مورد شیوه حل مسایل، علایق مستقیم دارند و به طور فعال اهداف مشارکت را دنبال می کنند، از سوی دیگر، به نظر می رسد که آنها به عنوان یک عضو ناظر بی طرف عمل می کنند. در مجموع، صف بندی نهایی اعضای کمترعلاقه مند (اما نه بدون علاقه) عمومی است که سرانجام تعیین می کند کدام یک از نظریات در رقابت غالب خواهد شد. گروه های منافع، با تلاش برای تحریک هیجانات و یا فراهم آوردن اطلاعات غلط، تا اندازه ای بحث های عقلانی را سست و تخریب می کنند. با وجود این، از دیدگاه بلومر، همان فرایند بحث های جدال برانگیز، مقدار معینی از ملاحظات عقلایی را برای کمک به حصول

اطمینان جهت کسب نتایج کم و بیش عقلایی پدید می‌آورد. بنابراین، افکار عمومی عقلایی است، اما لزوماً هوشمندانه نیست.

توده

بلومر، همانند پارک و قبل از او، در سال ۱۹۴۶ متذکر شد که تحت شرایط هیجانات احساسی مشترک، عموم می‌تواند به جمعیت تبدیل شود و بنابراین، به جای افکار عمومی، احساسات عمومی^۱ را پدید می‌آورد. وی این گونه بحث می‌کند که در شرایط مدرن، خطر تبدیل عموم به جمعیت، نسبت به خطر جایگزین شدن آن با توده، کمتر نگران کننده است.^۲ سومین گروه بندی جمعی مقدماتی یعنی توده را می‌توان به چندین شیوه مهم از جمعیت و عموم متمایز ساخت. توده، متشکل از افراد گمنام است که مشخصه آن تعامل یا ارتباطات بسیار اندک در میان اعضای آن است. توده، بی نهایت غیرمتجانس است و افراد را از تمامی طبقات جامعه و از هر قماش^۳ در برمی‌گیرد.^۴ همچنین، از لحاظ جغرافیایی پراکندگی گسترده‌ای دارد و نسبت به جمعیت یا عموم دارای سازمان یافتگی سست‌تری است و اعضایش قادر نیستند که به صورت هماهنگ با هم عمل کنند.

آن چه که اعضای یک توده را گرد هم می‌آورد، نه وجود هیجانات مشترک (همانند مورد جمعیت) و نه عدم توافق و بحث (همانند مورد عموم) است، بلکه کانون مشترکی از علایق و توجهات است که افراد را در ورای تجربیات محدودشان به سوی خود جذب می‌کند. بلومر در سال ۱۹۴۶ اظهار می‌دارد: «موضوع علایق توده را می‌توان چیزی تصور کرد که توجه افراد را از فرهنگ‌های محلی و محیط‌های زندگی‌شان منحرف و آن

1. Public Sentiment

3. All Walks of Life

2. Blumer, 1946

4. Blumer, 1946

را به سمت یک جهان گسترده‌تر معطوف می‌کند؛ یعنی فضاهایی که براساس قانون، مقررات یا انتظارات تعریف نشده‌اند و یا در حیطه آن نیستند. این توجهات مشترک، تنها حلقه ارتباطی عام میان اعضای توده است؛ به طوری که آنها تحت راهنمایی هیچ نوع اراده جمعی عمل نمی‌کنند و به دلیل ناتوانی یا عدم تمایل برای برقراری ارتباط با یکدیگر، به جز در شیوه‌های بسیار محدود، اعضای توده جدای از هم عمل می‌کنند. توده، فقط متشکل از مجموعه‌ای از افراد پراکنده، مجزا از هم و ناشناس و همچنین کسانی هست که در واکنش به احتیاجات خودشان عمل می‌کنند.»

بلومر در زندگی معاصر مثال‌های متعددی از توده را مطرح می‌سازد؛ اول کسانی که با برخی از حوادث ملی هیجان زده می‌شوند؛ دوم آنهایی که در رونق سرزمین سهیم هستند؛ سوم کسانی که به محاکمه‌های جنایی مطبوعات علاقه‌مند هستند؛ چهارم آنهایی که در برخی از مهاجرت‌های گسترده شرکت می‌کنند. بلومر همچنین این گونه عنوان کرد که رفتار توده‌ها به طور فزاینده‌ای در جامعه مدرن شهری و زندگی صنعتی اهمیت می‌یابد؛ زیرا افزایش تحرک، رسانه‌های جمعی و آموزش همگانی باعث گردیده تا افراد از جایگاه سستی خویش جدا افتند و وارد دنیای گسترده‌تری شوند.^۱ از همه بدتر این که او می‌بیند که عموم در مقابل توده به تدریج رنگ می‌بازد. درواقع، جدایی فزاینده مردم از زندگی محلی، چندوجهی شدن مسایل عمومی، توسعه نمایندگی‌های وسایل ارتباطات جمعی همراه با سایر عوامل باعث می‌شود تا مردم به طور فزاینده‌ای به جای مشارکت در مباحث عمومی، با انتخاب فردی عمل کنند. بنابراین، به گمان بلومر، در نهایت با امکان امتزاج فرایند عموم و توده، تمایز میان آنها به سختی

امکان‌پذیر می‌شود. نگرانی بلومر توسط میلز در سال ۱۹۵۶ به روشنی بیان شد. میلز این گونه استدلال کرد که توده به راستی در زندگی سیاسی آمریکایی‌ها جایگزین عموم شده است. میلز، با بازتاب نظریات استدلالی عموم، متذکر شد که کانال‌های ارتباطی در درون یک عموم واقعی باز و پاسخ‌گو هستند و به افراد بیشتری امکان می‌دهند تا همزمان با بیان افکار خود افکار دیگران را نیز دریافت نمایند. وی با ترسیم اندیشه حاکمیت عصر روشنفکران درباره شکل‌گیری عموم اظهار می‌دارد که نهادهای دارای قدرت جامعه نمی‌توانند در عمومی نفوذ کنند که دارای عملکرد کم و بیش خود مختار است. متأسفانه، دربرآورد میلز، شرایط نوین برای توده به چهار دلیل اساسی ذیل مطلوب‌تر از افکار عمومی پدیدار می‌شود:

۱- در میان توده، تعداد بسیار معدودتری از مردم توضیح‌دهنده عقاید خود می‌باشند و بیشتر دریافت‌کننده نظرات هستند؛ زیرا جامعه عموم، مجموعه انتزاعی از افرادی است که از رسانه‌های گروهی تأثیری می‌پذیرند؛

۲- ارتباطات رایج آن چنان سازمان یافته اند که برای فرد سخت یا تقریباً غیرممکن است که بلافاصله در برابر هرگونه اثر احتمالی رسانه‌ها، پاسخ‌گویی کند؛

۳- تحقیق افکار در عمل تحت مراقبت مقاماتی قرار دارد که سازمان‌دهنده و کنترل‌کننده کانال‌های چنین اعمالی هستند؛

۴- قدرت توده ناشی از نهادها نیست و برعکس، نمایندگان نهادهای دارای قدرت، با کاهش هرگونه اقتداری که احتمالاً توده در شکل‌گیری افکار به واسطه بحث به دست می‌آورد، در این توده‌ها نفوذ می‌کنند.

بنابراین، براساس برآورد میلز، در زندگی سیاسی مدرن بحث عمومی واقعی چندانی وجود ندارد و هر بحثی هم که صورت می‌گیرد، نمی‌تواند

کارآمدی شایسته‌ای داشته باشد؛ زیرا آن چه در این مفهوم بر اساس توصیف بلومر فضای گفتگو تلقی می‌شود، به شدت به واسطه رسانه‌ها محدود شده است.

سایر محققان، نظریات خوش بینانه‌تری را درباره ارتباطات عمومی اتخاذ کردند، اما آنها در مورد وجود تمایز مفهومی عمده میان توده و عموم اشتراک نظر زیادی دارند.

۲- مسایل و عموم

مفهوم جامعه‌شناسی، عموم را به مثابه یک مجموعه سست سازمان یافته‌ای در نظر می‌گیرد که در جریان بحث پیرامون یک موضوع پدیدار می‌شود. برخلاف توده که منحصرأ از توجه عام به برخی مسایل نشأت می‌گیرد و مشخصه آن شکل‌گیری واکنش‌های غیرمتعارف درخارج از هر گونه بحث یا گفتگو است، عموم با راه حل‌های جمعی برای برخی از مسایل به واسطه مباحث منطقی متقابل مشخص می‌شود. همان‌طور که در قبل در مشاهدات بلومر در سال ۱۹۴۶ و میلز در سال ۱۹۵۶ آشکار گردید، یکی از معانی ضمنی این مفهوم آن است که عموم استدلال‌کننده، تنها بیان گر سهم اندکی از رأی‌گیری مدرن است. مفهوم ضمنی محوری دیگر این است که عموم، یک هویت تثبیت شده نیست و از نظر اندازه و ترکیب تغییر می‌کند؛ زیرا در ابتدا به عنوان یک موضوع شناخته می‌گردد، سپس به سمت بحث و کشمکش کشیده شده و سرانجام حل می‌شود.

مراحل تکامل

الگوی قیاسی که توسط پارک و بلومر تدوین گردید، ناظر به این مطلب بود که افکار عمومی، مرحله به مرحله شکل می‌گیرد و به طور اساسی

دارای ماهیتی تکاملی است. فوت وهارت در محدوده این خطوط توانستند پنج مرحله جمعی را در شکل گیری افکار عمومی مشخص کنند. در این فرایند، در ابتدا مرحله شکل گیری مسأله قرار دارد که در آن برخی از موقعیت‌ها توسط یک شخص یا گروه خاص مسأله برانگیز تشخیص داده می‌شود و معمولاً نیز در گذر زمان این چنین درکی پدیدار می‌شود. در چارچوب این مرحله اولیه، هم مسأله و هم نتایج فاقد تعریف است و بنابراین، به این دلیل عموم مورد نظر ما مبهم است.

همان طور که فوت وهارت مطرح کردند، عموم و مسأله، در جریان تعامل با یکدیگر پدیدار می‌شوند. چنین تعاملی در این نقطه ابتدایی و آزمونی است؛ زیرا مردم اغلب نمی‌دانند که در این مرحله چه می‌خواهند. با این همه، در انتهای مرحله نخستین، مسأله در چارچوب یک موضوع شناخته شده تبلور می‌یابد و افراد درگیر آن - عموم برای این موضوع - از آن چه می‌خواهند، آگاهی‌هایی به دست می‌آورند. اما آن چه ممکن است هنوز به طور کامل ندانند، این است که بهترین روش حصول این مهم چیست. سپس وارد مرحله دوم، یعنی مرحله پیشنهاد^۱ می‌شویم که در آن یک یا چند خط بالقوه عملی برای واکنش نسبت به مسأله تنظیم می‌شوند. برای بار دیگر، ابهام قابل ملاحظه‌ای ممکن است فرایند را دربرگیرد؛ زیرا در این مرحله عقاید بسیاری ایجاد یا کنار گذاشته می‌شوند. اگرچه این مرحله به وضوح نسبت به مرحله آغازین استدلالی‌تر است، اما مرحله پیشنهاد هنوز برخی از ویژگی‌های رفتار جمعی، از قبیل جنبش‌های کورکورانه، هیجانات زودگذر، امواج پراکنده‌ای از شایعات و اثرگذاری و

هیاوه‌های سازمان نیافته را دربرمی‌گیرد. مطابق با نظریات فوت وهارت، در این مرحله از فرایند، اعضای عموم به طور جمعی ابعاد یک مسأله را احساس می‌کنند و به تعیین یک یا چند روش برای حل آن می‌پردازند.

مرحله بعد، مرحله سیاست^۱ است که طی آن نقاط ضعف و قوت پیشنهادات جایگزین - که اکنون تعیین شده اند - فعالانه مورد بحث قرار می‌گیرد. این مرحله‌ای است که به واضح‌ترین وجهی می‌توان آن را تحت عنوان مرحله بحث عمومی مشخص کرد؛ آن هم زمانی که فعال‌ترین اعضای گروه با بسیج افرادی که کمتر درگیر مسأله هستند سعی می‌کنند تا در مورد پیشنهاداتشان اتفاق نظر ایجاد کنند. نظرسنج‌ها طی این مرحله فعالانه افکار موجود پیرامون موضوع را جمع‌آوری می‌کنند. در رسانه‌ها ستون‌های سردبیری و نامه‌ها، در حمایت یا مخالفت از پیشنهادات خاص پدیدار می‌شوند. مرحله سیاست سرانجام برای عهده دار شدن یک برنامه خاص عمل به یک تصمیم نهایی منتهی می‌شود و بنابراین، بعد از آن مرحله برنامه^۲ شروع می‌شود که طی دوره تصویب شده برای عمل به اجرا در می‌آید. در آخر، مرحله پنجم، مرحله ارزش‌یابی^۳ است که در آن ارزیابی مرحله‌ای اثربخشی آن سیاست انجام می‌شود. این امر، به ویژه توسط آن اقلیت متقاعد نشده‌ای صورت می‌گیرد که در جریان مباحث عمومی شکل گرفته اند. فوت وهارت در سال ۱۹۵۳ مطرح کردند که حتی اگر سیاستی به طور عام موفق باشد، ممکن است مردم دریابند که این در مجموع همان چیزی که در جستجو و یا خواستار آن بودند، نیست یا این که موفقیت در ارضای خواسته‌های پیشین، به پیدایش مسایل تازه و غیرقابل پیش‌بینی منجر گردد.

بازیگران و تماشاچیان

در تمام این مراحل تکاملی، عموم از نقطه نظر اندازه تغییر می‌کند و از تعداد اندکی که ممکن است در ابتدا یک مسأله را تشخیص می‌دهند، به تعداد کثیری که سرانجام تا حدودی در حل آن مشارکت دارند، تبدیل شود. همچنین، ترکیب عمومی نیز تغییر می‌کند و از افرادی که به طور مستقیم در تعریف مسأله، تعیین چارچوب، پیشنهادات و بحث درباره شایستگی پیشنهادات دخالت می‌کنند، به تعداد کثیر دیگری که به طور ساده صحنه را دنبال می‌کنند، گسترش یابد. لیپمن در سال ۱۹۲۵ و بلومر در سال ۱۹۴۶ ماهیت عموم را به طور اساسی امری دو وجهی در نظر گرفتند که از عناصر فعال و عناصر نسبتاً منفعل تشکیل یافته است. لیپمن به طور عام درباره بازیگران و تماشاگران صحبت می‌کند. بازیگران - مقامات سیاسی یا شهروندان علاقه مند - افرادی هستند که سعی دارند تا به طور مستقیم بر جریان امور سیاسی تأثیر گذارند. آنها مسایل را تشخیص می‌دهند، راه حل‌هایی پیشنهاد می‌کنند و سعی دارند تا دیگران را نسبت به نظریاتشان متقاعد سازند. از سوی دیگر، تماشاچیان مخاطبانی هستند که می‌توانند عمل بازیگران را به درجات متفاوتی از علاقه و فعالیت دنبال کنند. اما تشخیص میان بازیگران و تماشاچیان در بطن عموم، نه سخت است و نه سریع. در این مورد، اغلب آمیزه‌ای از دونوع رفتار وجود دارد.^(۳) به علاوه، عضویت این دو قشر که دارای مرز نامشخص است با هر مسأله‌ای تغییر می‌کند. آن گونه که لیپمن این را بیان کرد، بازیگران در یک امر در واقع تماشاچیان در امر دیگر و افراد به طور مداوم در حال گذار به پیش و پس هستند.

اگرچه معنی دقیق مرزهای میان بازیگران و تماشاگران و تمایز میان آنها سخت و دشوار است، اما با وجود این، انجام این مهم برای تحلیل

گران افکار عمومی حایز اهمیت است. مسایل عمومی به طور عمده از اعمال دو جانبه این دو عنصر پدیدار می‌شوند. وقتی ما درباره موضوعات عمومی صحبت می‌کنیم، به طور عام به مسایل حاوی تضاد در میان بازیگران و گروه‌ها یا افراد داخل یا خارج دولت رجوع می‌کنیم که در جذب گروه وسیعی از مخاطبان تماشاگر موفقیت کسب کرده‌اند. مسایل ممکن است از گروه‌های کوچکی از مردم که در مورد برخی از مفاهیم باهم مخالف هستند و یا بر تغییرات تأکید و اصرار دارند، سرچشمه بگیرد. اما تنها یک مسأله یا عدم توافق برای یک مسأله نمی‌تواند علایق عمومی را برانگیزد و آن را به مسأله‌ای عمومی تبدیل کند؛ مگر این که بتواند علاقه و توجه گروه‌های بزرگ‌تری را به خود معطوف نماید.

گسترش بحث عمومی

موفقیت در کسب گروه گسترده‌ای از مخاطبان، تا حدودی و احتمالاً قبل از هر چیز ناشی از تلاش‌های جمعی بازیگران برای اعلام تضادها و عدم توافقات موجود است. تحلیل گران متعددی به این مسأله توجه کرده‌اند که سیاست، به طور عمده حاوی خلق مسایل و نفی آن، یعنی جذب عموم به مسایل خاص و یا بیان مسایل به شیوه‌ای خاص برای پراکنده کردن عموم از پیرامون آن است. همان گونه که شات اشنایدر در سال ۱۹۶۰ اشاره می‌کند، آن چه در سیاست به وقوع می‌پیوندد، به شیوه‌ای که براساس آن مردم به جناح‌ها، احزاب، گروه‌ها، طبقات و غیره تقسیم می‌شوند، بستگی دارد. در امتداد این خطوط، تحقیقات تجربی اخیر نشان می‌دهد که اصلاح تصاویر رسانه‌ای که براساس آن گروه‌های اجتماعی حالت مخالف را می‌یابند، می‌تواند در روش پاسخ‌گویی مخاطبان تفاوت‌هایی را پدید آورد.

بازیگران تلاش بسیاری را صرف این کار می‌کنند تا بیان تضادها را در چارچوبی شکل دهند که بتواند به بهترین وجهی در خدمت منافع آنها به

کار رود. از سوی دیگر، مسایل، تنها به واسطه تلاش بازیگران شکل نمی‌گیرد. شات‌اشنایدر مشاهده کرد که میلیون‌ها تلاش صورت می‌گیرد، اما مسأله زمانی شروع می‌شود که یک مبارزه به آن اضافه می‌شود. می‌توان پرسید که چرا برخی از مسایل این موقعیت را می‌یابند که مخاطبان زیادی را به خود جلب کنند؛ در صورتی که سایرین نمی‌توانند؟ خطوط محتمل شکاف سیاسی در درون رأی‌دهندگان متعدد است و مطابق با گفته‌های شات‌اشنایدر، مجموعه شکاف‌های احتمالی به تعیین این مهم کمک می‌کند که آیا یک مسأله خاص سرانجام رأی‌دهندگان را تحریک می‌کند و یا آنها از هم متفرق می‌سازد. بسیاری از تضادهای بالقوه موجود در اجتماع، به مسأله تبدیل نمی‌شوند؛ زیرا آنها به واسطه تضادهای شدیدتر از میدان به در می‌شوند. اما سایر مسایل قادر هستند تا خود را به آسانی به خوشه‌ای از شکاف‌های موازی در همان بعد عمومی مرتبط سازند.

همچنین، ویژگی‌های یک مسأله مثل پیچیدگی، اهمیت اجتماعی یا مفاهیم کاربردی بلندمدت آن، می‌توانند بر این احتمال تأثیر بگذارند که آن مسأله از حیطة علاقه‌مندان محدود، به حیطة علاقه گسترده‌تر عمومی قدم بگذارد. این ویژگی‌های مسأله تا حدودی می‌تواند در جریان مباحث عمومی ماهرانه به کار گرفته شود. به نظر شات‌اشنایدر، کلید موفقیت سیاسی بازیگران، به شیوه تعریف مسأله و در نظر داشتن دوره‌های جایگزین عمل توسط آنها بستگی دارد. اولین مراحل شکل‌گیری افکار عمومی، یعنی مرحله طرح مسأله و پیشنهاد، اصولاً تعیین می‌کنند که کدام شکاف در میان رأی‌دهندگان فعال خواهد شد و این مهم، طی مرحله سیاست، با چه عمقی و در چه حدی موجب جدایی عموم می‌شود.

بعد از این که یک مسأله حل شد

در پایان مرحله سیاست که مسأله براساس بحث در آستانه تصمیم‌گیری قرار می‌گیرد، از نظر تئوری تصور بر این است که عموم مربوط به آن

در این مرحله با توجه به تضعیف ارتباطات کاهش می‌یابد. اما مجامع، اتحادها و شکاف‌هایی که در طول پاسخ‌گویی عمومی به یک مسأله خاص شکل گرفته‌اند، تداوم می‌یابند؛ یعنی عناصر سازمان یافته و بسیار فعال عموم، پس از شکل‌گیری می‌توانند برای مدت زمان مدیدی حاوی عملکرد باشند و سرانجام موقعیتی شبه نهادین پیدا کنند (برای مثال گروه‌های منافع، از قبیل انجمن آمریکایی افراد بازنشسته یا انجمن تفنگ‌داران ملی). بنابراین، عموم باقی مانده، از یک مسأله می‌تواند به مثابه منابع خام برای پدید آوردن مسایل و عموم جدید تلقی شود. از بطن فرایندی که آشکارا با توالی مسایل ارتباط دارد، احزاب سیاسی و سایر گروه‌های منافع سازمان یافته با مکاتب فکری و ایدئولوژی‌های خاص موجودیت می‌یابند. این گروه‌ها و سازمان‌های نسبتاً پایدار، پس زمینه آهسته در حال تغییری را شکل می‌دهند که در مقابل آنها خیزش و یا افول مسایل خاص و عموم مرتبط به آن رنگ می‌بازد.

همان‌طور که پارک پیشنهاد کرد، عموم به این گروه‌های پایدار امکان می‌دهد تا انطباق یابند و تغییر کنند؛ طوری که آنها قادر می‌شوند تا انجمن‌های جمعی جدیدی را پدید آورند.

۳- مشاهده افکار

عموم، ماهیت پیچیده‌ای است که نمی‌توان آن را به دقت شناسایی کرد. عموم، به تدریج، با ارتباطاتی که مسأله را احاطه می‌کنند، سازمان می‌یابد. عموم، دربرگیرنده قشرهای فعال و منفعلی است که بر اساس تکامل از نقطه نظر شکل و اندازه تغییر می‌کند و طبق یک مسأله موجودیت می‌یابد و یا از بین می‌رود.

تعجب‌چندانی ندارد که بگوییم بیانیه‌های عام درباره ماهیت عموم مشاجره برانگیز است. همان‌طور که کی اشاره کرد، در یک مسأله عموم

ممکن است شامل یک بخش از جمعیت و از سویی دیگر، حاوی بخش کاملاً متفاوت دیگری باشد. بنابراین، نمی توان انتظار داشت میان آنهایی که عمیقاً به سیاست به مثابه یک بازی بدون نقشه علاقه دارند و کسانی که برای هر عملکرد خواستار مجوز هستند، هیچ نوع همپوشی وجود داشته باشد.

بنابراین، راه تشخیص چنین عموم بسیار متفاوتی پیرامون طیف وسیعی از مسایل می تواند برای تحقیق افکار عمومی چالشی بسیار مهم محسوب می شود. در تلاش برای پاسخ به این چالش، اولین محققانی که به طور جدی مطالعه تجربی نظام مند افکار عمومی را عهده دار شدند، به این نتیجه رسیدند که باید بسیاری از اندیشه های اساسی الگوی قیاسی را کنار گذاشت.^(۴) در توجه به مفهوم عموم به عنوان یک ماهیت در حال تغییر و نامنظم، الگوی جامعه شناسی برای هر نوع ابزار ساده توصیف تجربی، نامناسب تلقی گردید.

با پیشرفت تحقیق پیمایشی و نظرسنجی افکار در دهه ۱۹۳۰، وظیفه هراس انگیز مشاهده تجربی عموم به عنوان گروهی دارای ساختار پیچیده و متغیر، به روشی که با الگوی جامعه شناسی تطابق داشت، با یک رویکرد مهار شدنی تر جایگزین گردید. این جایگزینی، مفهوم یکپارچه یک شخص، یک رأی بود که با نظم اندیشه های اکثریت گرایانه افکار عمومی و اندیشه های دموکرات مردم گرایانه سازگاری داشت.

این الگو ساده تر، یکپارچه، مطمئن و عملی تر بود. اگرچه محققان به طور متناوب با این مفهوم سازی مخالفت کردند و در مقابل تغییر آن مقاومت نشان دادند (بلومر در سال ۱۹۴۸ یکی از مخالفان سرسخت این پدیده بود)، اما در این جا تردید چندانی وجود ندارد که این امر محققان

رافادر ساخت تا یک تحلیل تجربی و نظام مند از افکار و نگرش‌ها را درعامه مردم آغاز کنند(فصل سوم).

اما تغییر در دیدگاه موضوعی مهم بود. پدیداری نظرسنجی و تحقیق پیمایشی در مخالفت با نگرانی‌های گسترده جامعه شناسی، مجدداً افکار را به سمت جامعه - روان شناسی معطوف داشت و بنابراین، مسأله اندازه گیری افکار در سطح فردی در بطن تحقیقات میدانی قرار گرفت. همان طور که بوگارت در سال ۱۹۷۲ مشاهده کرد، دنیای افکار عمومی به مفهوم امروزی آن، واقعاً با نظرسنجی گالوپ در اواسط دهه ۱۹۳۰ آغاز شد و اکنون برای ما غیرممکن است که معنای آن را به همان معنایی که توسط توماس جفرسون در قرن هجدهم، آلکسی دوترکسویل در قرن نوزدهم و یا حتی والتر لیپمن در سال ۱۹۲۲ استنباط می‌شد، بازگردانیم.

اما آیا همان گونه که بوکارت مدعی است، بازگشت به معنای افکار عمومی پیشین غیرممکن است؟ نمونه الگوی جامعه شناسی عموم، اگرچه با پیدایش نظرسنجی اندیشه‌های جمعی به شیوه‌های مختلف تحت الشعاع قرار گرفت، اما هرگز به طور کامل فراموش نشد. اگرچه این حقیقت وجود دارد که ما امروزه احتمالاً افکار عمومی را همان چیزی می‌فهمیم که صندوق‌های آرا سعی به اندازه گیری آن دارند، اما محققان سخت کوش در این زمینه (از قبیل آنهایی که در پیشرفت فنون نظرسنجی مؤثر و مفید بودند) سعی کردند تا افکار خویش را پیرامون انواع فرایندهای جمعی که توسط پارک، بلومر و دیگران تحلیل شده بود، متمرکز سازند.

محققان معاصر افکار عمومی، تنها با پذیرش روش پیمایشی، لزوماً مجبور نشدند تا افکار عمومی را به مثابه میانگینی از افکار دارای ارزش و برابر افراد پراکنده در نظر بگیرند. در واقع، تکنولوژی نظرسنجی نیز به

پذیرش چنین مفهومی کمک می‌کند، اما برای تحلیل گران الزامی به وجود نمی‌آورد تا آنها از هرگونه الگوی مفهومی خاص برای سنجش اطلاعات جمع‌آوری شده استفاده کنند. در این جا، برای ساخت معیارهای افکار عمومی گزینه‌های دیگر وجود دارد. برای مثال، این کار با استفاده از گروه‌های انتخابی در درون کل نمونه مورد نظر و یا ارزش گذاری متفاوت بر اساس میزان وابستگی به گروه و یا مشارکت فعال افراد صورت می‌گیرد. اگر کسی معتقد است که جنبه‌های جمعی معینی از افکار عمومی را نمی‌توان در ابتدا با اندازه‌گیری افراد تشکیل دهنده مشاهده کرد، می‌توان از فنون دیگری، مثل تحلیل محتوی، استفاده کرد. اظهار این مسأله که برتری و تفوق نظرسنجی، به ایجاد تصورات یکپارچه از افکار عمومی کمک کرد، به معنای آن نیست که چیزی درباره شایستگی ذاتی فنون پیمایشی به عنوان یک روش مطالعه بگوییم، بلکه این عمل تنهاسخن گفتن در مورد شیوه‌های معمول تفسیر چنین مشاهداتی است. همان طور که در ذیل خواهید دید، تمامی محققان یا حتی نظرسنجان از الگوی یک شخص، یک رأی به طور جدی پیروی نکردند.

حقیقت این است که تحلیل گران عموم، امروزه ممکن است در وضعیت‌های متفاوت تحقیقی این مهم را با مجموعه‌های بسیار متفاوت معادل بدانند. برخی نیز آن را با افراد و گروه‌هایی معادل می‌دانند که به طور فعال در بحث عمومی پیرامون یک مسأله خاص شرکت دارند و سایرین ممکن است عموم را به صورت عام‌تر و به عنوان آن بخش از جمعیت در نظر بگیرند که به طور معمول درباره امور عمومی آگاه و یا بدان علاقه مند است. با این همه، دیگران ممکن است به طور عمده عموم

را با رأی دهندگان یا حتی به صورت گسترده‌تر با جمعیت به عنوان یک کل، برابر بدانند.

عامه مردم

یک تصور رایج در مورد عموم این است که در کلیت خود با یک جمعیت مفروض مطابقت دارد. در مسایل آغازین تحقیقات میدانی مجله فصلنامه /فکر عمومی، آلپورت در سال ۱۹۳۷ رئوس مؤثری را برای تحقیق آتی افکار عمومی ارائه داد. بحث او این بود که هر مفهومی از عموم که شمول کلی نداشته باشد - یعنی هر فرد را در جمعیت مفروض در نظر نگیرد - بسیار مبهم است. آلپورت، مفهوم عموم را به مثابه جمعیتی در نظر گرفت که می‌توان آن را به وسیله حق قضاوت سیاسی، جغرافیایی، اجتماعی و سایر حدود معنا کرد. به گفته او: «افکار، واکنش‌های افراد است و بنابراین، نمی‌توان آن را به عموم نسبت داد؛ بدون این که در تحقیق مبهم و غیرقابل درک شود.» باتوجه به این که آلپورت عموم را با کل جمعیت یکسان تلقی می‌کند، می‌توان گفت که این مهم به خوبی در چرخه‌های تحقیقی وی مشخص است و همچنین می‌توان آن را در اندیشه‌های مربوط به اکثر عملکردهای رأی‌گیری جاری مشاهده کرد.^(۵)

فیلیپ کانورس متذکر می‌شود که انطباق رضایت بخش این مفهوم، فقط به دلیل سهولت عملکرد آن نبود. پیشگامان نظرسنجی عمومی و تحقیق پیمایشی، از جمله جرج گالوپ، المورپور و درکی بالا کروسلی، در فعالیت‌های خود در دهه‌های ۱۹۳۰ دارای اصول دموکراتیک قوی بودند و از این که بتوانند ابزاری بیابند تا به واسطه آن صدای مردم به آشکارترین وجه ممکن توسط افرادی که در مسند قدرت بودند، شنیده شود، لذت می‌بردند. تعهد به تلقی عموم به عنوان دربرگیرنده تمامی اعضای جامعه، یک تصمیم دموکراتیک و مردم‌باورانه بود. اما وقتی عامه مردم با عامه

جمعیت^۱ یکسان در نظر گرفته شود، دیگر به وضوح نمی توان آن را به مثابه عموم در معنای سستی آن تلقی کرد. پنجاه سال تحقیق پیمایشی به خوبی مؤید سوءظن های اولیه ای است که بریس و لیپمن در این مورد در کارشان احساس کردند. زیرا آنها بر این باور بودند که انبوه عامه جمعیت، نسبت به اکثر مسایلی که می توان آنها را تحت عنوان امور عمومی تعبیر کرد، بی علاقه و بدون اطلاع هستند. کی دریافت که تقریباً ۱۰ درصد از مردم به هیچ وجه توجهی حتی نسبت به آشکارترین مبارزات رقابت آمیز ریاست جمهوری ندارند و تعداد افراد رأی دهنده در انتخابات ریاست جمهوری هم اکنون قریب به ۵۰ درصد است. نیومن به این نتیجه رسید که تقریباً ۶۶ درصد از جمعیت آمریکا نسبت به سیاست بدون علاقه هستند و یا علاقه اندکی دارند. در برخی از برآوردها، به نظر می رسد که حدود ۳۳ درصد از افکار جمع آوری شده در نظرسنجی های عامه جمعیت، تنهائی پاسخی سطحی است که بی هیچ گونه تفکر یا بحث قبلی عنوان می شود. در نتیجه، به سختی می توان پذیرفت که کل جمعیت به عنوان یک گروه، در ملاحظات متفکرانه یا بحث در مورد اغلب مسائل درگیر باشد. دیدگاه های ارایه شده به نظرسنجان، اغلب پاسخ های فردی، غیر مرتبط و سازمان نیافته هستند که خارج از حیطه مباحث عمومی شکل می گیرند. به عبارتی دیگر، آنها افکار توده ای^۲ هستند. همان طور که کرسپی در سال ۱۹۸۹ اظهار می دارد «نظرسنجان، با در نظر گرفتن افکار عمومی به مثابه مجموعه افکار افرادی که سازنده کل آرا هستند، به جای نیرویی که از جامعه ای سازمان یافته پدید می آید، اگرچه نه به طور صریح، بلکه به صورت ضمنی وظیفه خود را اندازه گیری افکار عمومی در یک جامعه توده ای^۳ می دانند.»^(۶)

1. General Population

2. Mass Opinions

3. Mass Society

منظور این نیست که بگوییم افکار جمع آوری شده عامه مردم در هر مفهومی بی معناست یا این که نمی شود از آنها برای حل مسایل عمومی استنتاج کرد. حتی شبه افکار غیرانعکاسی، اگرچه به روشنی به معنای افکار عمومی تلقی نمی شود، می تواند با استفاده از ملاحظات یا مباحث گسترده، در پاسخ گویی به سؤالات پیمایشی تلاش های معنادار محسوب گردد. به علاوه، این حقیقت محض که رأی گیری در قلمرو سیاست به یک بازیگر نمادین تبدیل شده است، احتمالاً در شکل گیری سیاست، به افکار توده ای قدرت روزافزونی می بخشد. اگرچه افکار توده ای در بسیاری از مسایل سطحی تصور شده اند و تصور این است که در بعضی از موارد به طور گسترده ای از افکار عمومی موثر فاصله می گیرند، اما جمعیت در مجموع در بیشتر برخوردها به طور مداوم با مفهوم عموم برابر دانسته شده است.

عموم رأی دهنده^۱

هویت دیگری که معمولاً با عموم شناخته می شود، رأی دهندگان نام دارد که هنوز مجموعه ای حجیم و نسبتاً غیر متمایز است و در بهترین حالت ۷۰ درصد از جمعیت آمریکا و در برخی از موارد [مثل انتخابات شهرداری] سهم کمتری از جمعیت را دربرمی گیرد. در ارتباط مستقیم با تئوری دموکراتیک نمایندگی (فصل اول)، رأی دهنده یکی از عام ترین تعاریف عملی عموم است و نتایج انتخاباتی در جامعه آمریکا شاید از شفاف ترین نمونه های افکار عمومی به شمار می رود.

با این همه، باتوجه به تغییرپذیری تعداد افراد رأی دهنده در طول انتخابات، مسأله شناسایی آن بخش از عامه جمعیت که به احتمال قوی در یک مورد خاص رأی می دهند، دشواری هایی را برای نظرسنجان پدید

می‌آورد. این امر، به شکلی که در الگوی جامعه‌شناسانه در امتداد مسایل متفاوت برداشت می‌شود، مثال ساده شده‌ای از مسایل عمده‌تر جدایی ناپذیر در تعیین تجربی عموم متغیر است. در واقع، توانایی سنجش افکار در پیش‌بینی نتایج انتخابات، مدت زمان طولانی به عنوان شاخصی برای اعتبار عمومی آن در نظر گرفته شده است. در جایی که تعداد رأی دهندگان یکپارچگی زیادی را به نمایش بگذارد، در این حالت، نمونه‌های احتمالی از آن جمعیت کاملاً مناسب خواهد بود. اما در عین حال، یکی از منابع شناخته شده خطا در پیش‌بینی نتایج انتخاباتی، تعداد اندک رأی دهندگان است؛ زیرا بسیاری از پاسخ دهندگان به نظرسنجی‌های توده‌ای ممکن است با احتمال ضعیفی رأی دهند. نظرسنجان گاهی اوقات سعی می‌کنند تا در زمان طراحی پیش‌بینی‌هایشان افراد غیررأی دهنده را نیز مدنظر قرار دهند. در طول زمان، فنون آماری به منظور سازگاری با برآوردهای حاصل از تحقیقات پیمایشی قبل از انتخابات و با قرار دادن آن برای نتایج محتمل از رأی‌گیری بهبود یافته است،^۱ اما سازمان‌های رأی‌گیری اندکی پذیرای آن بوده‌اند.^۲

بدون شک، عمل رأی‌گیری بیان واضح نمود رفتاری افکار به شمار می‌رود و حتی می‌توان آن را به مثابه شکلی از مشارکت در مباحث عمومی در نظر گرفت. البته همه این امر به دلیل ارایه شقوق انتخاباتی خاص محدود می‌شود. با این همه، این واقعیت وجود دارد که شخصی را که در انتخابات رأی داده است، نباید به عنوان شاخصی برای دخالت فعالانه فرد در مسأله جاری در نظر گرفت. تحقیق نشان می‌دهد که بیشتر رأی دهندگان، بدون داشتن اطلاعات کافی برای انتخاب به پای

1. e.g., Trogott & Tucker, 1984

2. Crespi, 1989

صندوق‌های آرا می‌روند. تصویر رأی دهندگان بی اطلاع در محل أخذ رأی که بیهوده به کفش‌هایشان خیره شده اند و در جستجوی علایمی برای یافتن پشتوانه‌ای برای اتخاذ تصمیم در رأی دادن هستند، در مجموع نشان می‌دهد که این احتمالات یک اغراق نیست یا همان طور که کی آن رایبان کرد، سهم عمده‌ای از شهروندان ممکن است درباره چگونگی نتایج انتخابات، دقیق باشند و به این مبارزات علاقه نشان دهند. این درگیر شدن، همراه با خود می‌تواند مفهومی از سهیم بودن در فرایند سیاست رادبرداشته باشد. با وجود این، فعالیت‌های همراه با این مفهوم از مشارکت، با مورد مربوط به مردم کاملاً آگاه متفاوت است؛ زیرا اعضای گروه آگاه ممکن است حاوی آگاهی‌های ویژه‌ای باشند و با فرایندهای سیاسی ارتباط نسبتاً تنگاتنگی داشته باشند.

عامه مردم با دقت

از بین ۷۰ درصد یا تعداد بیشتر عامه جمعیت که حداقل به طور اتفاقی رأی می‌دهند، تنها ۵۰ درصد معمولاً نسبت به امور عمومی دقت دارند.^۱ آلموند (۱۹۵۰) این حقیقت را مدنظر قرار داد که رأی دهندگان، شمار بسیاری از کسانی را دربرمی‌گیرد که معمولاً در مسایل سیاسی مداخله نمی‌کنند و منفعل هستند. وی همچنین بر این عقیده است که لازم است که برای دستیابی به پاسخ‌های واقعیت گرا برای سؤالات پیرامون این امر که افکار عمومی چگونه سیاست واقعی را شکل می‌دهند، مجموعه بسیار کوچکی از شهروندان مدنظر قرار گیرند. وی در تحلیل خود درباره شکل‌گیری سیاست خارجی، این گروه را تحت عنوان «عامه مردم با دقت» نام نهاد که اعضای آن نسبت به مسایل سیاست خارجی مطلع و علاقه‌مند هستند و همچنین برای نخبگان سیاست خارجی مخاطب محسوب می‌شوند. کی به شکل معمول‌تری این گونه اظهار نمود که شمار اندکی از

1. e.g., Devine, 1970

شهروندان در جمعیت گسترده‌تر مایل هستند که علاقه بسیاری به مبارزات نشان دهند و همچنین در جریان رقابت‌ها علاقه مندی مداوم خود را حفظ کنند. همان طور که داوین^۱ (۱۹۷۰) این مهم را خلاصه وارتوضیح داد، مفهوم عامه مردم با دقت را می‌توان به مثابه عموم مرتبط باسیستم سیاسی آمریکا در نظر گرفت. از مشخصات این گروه می‌توان به توجه مداوم آن به امور سیاسی، درگیری و مداخله متفکرانه در مسایل عمومی و طرح بحث درباره آن مسایل با سایرین اشاره کرد. آنها در واقع نظاره گرانی هستند که لیپمن درباره آنها مطلب نوشته بود.

تحقیق پیرامون توجه به اخبار سیاسی بر این دیدگاه تأکید دارد که در این جا قشر ثابت معقولانه‌ای از جمعیت وجود دارد که به امور عمومی توجه نشان می‌دهد. به طور حتم، تعداد مخاطبان دقیق در مورد انواع مختلف خبرها تغییر می‌کند، اما برای اخبار سیاسی استاندارد، تعداد گروه‌های توجه کننده نسبتاً اندک هستند.^۲

پرایس و زالر (۱۹۹۰) به تحلیل الگوهایی پیرامون آگاهی خبری در شانزده متن خبری متفاوت از انواع بسیار متنوع پرداختند که موضوعاتی درباره سیاست‌های بین‌المللی تا اخبار مذهبی و هنری را دربرمی‌گرفت. قوی‌ترین و پیوسته‌ترین پیش‌گویی در مورد آگاهی خبری، حتی برای اخبار غیرسیاسی، نمایان‌گر یک معیار جهانی از پس زمینه‌های دانش سیاسی بود. این طور به نظر می‌رسد که آگاهی و توجه به امور عمومی، همگام با هم حرکت می‌کنند و ظاهراً جمعیت براساس این اطلاعات به دست آمده قشربندی می‌شود.^۳

محققان چگونه عامه مردم بادقت را به عنوان یک گروه شناسایی

1. Devine

2.e.g.,Robinson & Levy 1986, Times Mirror,1990

3.Neuman, 1986, Price & Zaller, 1990

می‌کنند؟ داوین با استفاده از پنج مقیاس پیمایشی علاقه به سیاست به طور عام، علاقه به مبارزات انتخاباتی ملی، صحبت درباره سیاست، نگاهی به خبرهای روزنامه درباره سیاست و مطالعه پیرامون سیاست در مجلات گزارشی تهیه نمود. وی بر این اساس، حدود یک سوم از کل جمعیت را به عنوان عامه مردم بادقت طبقه بندی کرد.^۱ داوین دریافت که این گروه نسبتاً نامتجانس هستند؛ اگرچه همان طور که می‌توان انتظار داشت، متغیرهای اقتصاد اجتماعی به طور آشکار با مسأله عضویت در عامه مردم بادقت مرتبط بودند. اعضای این گروه، نسبت به سایر افراد، در مباحث عمومی فعال‌تر هستند. آنها به احتمال قوی به تظاهرات ملحق می‌شوند و یا لباس نبرد بر تن می‌کنند و احتمالاً بیش از ده برابر سایرین به مقامات سیاسی نامه می‌نویسند.^۲ با فرض این مسأله، ممکن است ما انتظار داشته باشیم که دنبال کردن مطالب نامه‌های ارسالی به سردبیر می‌تواند شمار نامتناسبی از اعضای عامه مردم دقیق را به نمایش گذارد. هنوز هم این گروه، بیش از آن که به دلیل فعالیت خود شناخته شود، به واسطه توجه اش به امور سیاسی مشخص می‌شود.

عموم فعال

یک پله بالاتر از پلکان علایق و فعالیت عمومی، گروه بسیار کوچک‌تری وجود دارد که می‌توان آن را عموم فعال نامید. اعضای این گروه ممکن است در حدود ۱۵ درصد از عامه مردم بادقت را دربرگیرند.^۳ با این همه، با توجه به تمایزهای پیشین میان عامه مردم و عموم بادقت، تمایز میان فعالان سیاسی و عمومی که بیشتر شبیه ناظر مسایل هستند، به جای یک

1. See Also Kingdon, 1970

2. Devine, 1970

3. See Neuman, 1986

خط دقیق و آشکار، باید بیشتر یک منطقه خاکستری باشد.^۱ مداخله این گروه در امور سیاسی، دربرگیرنده ابزارهای رسمی مشارکت سیاسی، مثل کمک‌های پولی، عضویت سازمانی و حضور در تظاهرات و همچنین دربرگیرنده مشارکت غیررسمی بسیار فعال، از قبیل بحث و گفتگوی عمومی با سایرین است.

اصطلاح نخبه، اغلب اوقات برای ارجاع به این اعضای بسیار فعال جمعیت مورد استفاده قرار می‌گیرد.^۲ برای مثال کی دریافت: «نخبه سیاسی در مفهوم گسترده آن، شامل رهبران سیاسی، کارمندان دولتی، فعالان حزبی، افکارسازان و سایر افراد قشر نسبتاً مبهم تعریف شده‌ای از جامعه است که در نقش‌های سیاسی صحبت و عمل می‌کنند».

این مفهوم، کاملاً با دیدگاه لیپمن درباره بازیگران مطابقت دارد. همان طور که کی آن را بیان کرد، «نخبه سیاسی، از قبیل سخن‌گویان، متقاعدکنندگان، وکلا و مخالفان، واسطی میان دنیای رویدادهای بعید و پیچیده و توده عموم هستند».

به طور متشابه، آلموند (۱۹۵۰)، با استفاده از اصطلاح نخبه، به قشر مشخصی از حاملان سیاست در جمعیت اشاره می‌کند که به عموم ساختار می‌دهد. وی در این قشر چندین نوع متفاوت از نخبگان را مشخص می‌سازد: رهبران سیاست رسمی (نخبگان سیاسی)، اعضای هیأت تخصصی که به دلیل آشنایی و تماس با دولت از قدرت‌های خاصی برخوردارند (نخبگان بروکرات)، نمایندگان بخش خصوصی یا گروه‌های دارای جهت‌گیری سیاسی (نخبگان منافع) و نخبگان ارتباطاتی. آخرین مورد، نه تنها اعضای رسانه‌های گروهی، بلکه رهبران افکار مؤثر که

از کانال‌های میان فردی استفاده می‌کنند، از قبیل روحانیون، باشگاه‌ها و رهبری مبتنی بر نظم دوستانه و... را شامل می‌شود. این اعضای فعال عمومی، برای به دست آوردن حامیانی که بیشتر عامه مردم با دقت هستند، در بازار افکار^۱ به رقابت می‌پردازند تا برای آرمان‌های خویش حامیانی بیابند.

تحلیل گرانی چون آلموند و کی، معمولاً افکار نخبه را با افکار مؤثر معادل می‌دانند. عموم فعال، مستقیم‌ترین مسئول برای شکل دادن به عمل دولت است. همان طور که آلموند می‌گوید، ممکن است تقریباً گفته شود کسی که نخبگان را بسیج می‌کند، عموم را به تحرک وادار می‌دارد. چنین تحلیلی، حداقل نسبت به برخی از ادعاهای بسیار دو آتش نظریه پردازان دموکرات به واقعیت نزدیک‌تر است.

به دلیل تأثیر گسترده این گروه بر بسیاری از تصمیمات سیاسی، تقسیم درونی و رقابت میان نخبگان، در عملکرد دولت دموکرات نقش اساسی دارد.^۲ با این همه، تفسیر یافته‌های تجربی موجود در این مسأله مورد بحث قرار گرفته است.^۳ اگرچه طبقات بالاتر به طور نامتناسبی به عموم فعال کمک می‌کنند، اما هنوز می‌توان از تمامی طبقات فعال سیاسی در این زمینه افرادی را یافت.^۴ ناهمگنی نخبگان یک موضوع اساسی است؛ زیرا اگر نخبگان به یک گروه بسیار منسجم تبدیل شوند، این امر، به طور مؤثر هر نوع فرصتی را از مردم برای انتخاب سلب می‌کند. به عبارت دیگر، باید در میان نخبگان، کثرت گرایی، یعنی تعدد مراکز قدرت به همراه اختیار و استقلال اقتصادی، وجود داشته باشد.^۵

1. Opinion Market

2. Dahl, 1961

3. See Dahl, 1985

4. Key, 1961, Boynton, Patterson & Hedlund, 1989, Neuman, 1986

5. Key, 1961, But See Mills, 1956

عموم موضوعی^۱

شخصیت پردازی عامه مردم با دقت و عامه مردم فعال، بیان گر آن است که قشرهای جمعیت تقریباً با افزایش سطوح علاقه، توجه و مشارکت در امور سیاسی، در طیفی از مسایل محدود می شود و به نظر می رسد که یافته های تجربی متعدد نیز بر این امر تأکید دارد.^۲ اما ما باید به خاطریاوری که الگوی جامعه شناسی عموم، بی ثباتی نسبتاً قابل توجهی را در اندازه و ترکیب عموم متفاوت پیرامون موضوعات متنوع تخمین می زند.

به طور حتم، قابلیت تغییر رأی دهندگان در طول انتخابات، این باور را به وجود می آورد که علاقه و فعالیت عموم، با تکیه بر مسایل متفاوت، افزایش یا کاهش می یابند و ممکن است این نوسانات در اندازه عموم با نوسانات موجود در سازمان همراه و هماهنگ باشند. اندیشه های ناشی از عموم موضوعی و عموم خاص^۳ به این پدیده اشاره دارد.^۴ تفاوت های موجود در مسایل ممکن است هم بازیگران و هم تماشاچیان را دربرگیرد و اگر این گونه باشد، ما می توانیم به طور جداگانه درباره عموم موضوعی فعال^۵ و عموم موضوعی بادقت^۶ صحبت کنیم.

به نظر می رسد که در استمرار مسایل برای مثال در ترکیب اجزای فعال یا نخبه عموم تغییرپذیری اساسی وجود دارد. قشر نخبه جامعه اغلب ممکن است مانع از ظهور این حقیقت شود که بخش های بسیار متفاوت جمعیت می توانند فعالانه در تلاش برای حل مسایل متفاوت درگیر شوند. گروه های سازمان یافته، آشکارا خود را به مسایل خاص مرتبط می سازند.

1. Issue public

3. Special Public

5. Active Issue Public

2. Neuman, 1986

4. e.g., Almond, 1950

6. Attentive Issue Public

برای مثال، در واکنش به بحث سقط جنین، نجات درعمل مطرح است و همین طور گروه «مادران علیه رانندگی هنگام مستی» برای حل یک مسأله دیگر تشکیل شده است.

بدون شک، برای افراد خاص که به طور معمول در سیاست فعال باشند یا نباشند، گرایشهای جهانی وجود دارد؛ اما تفاوت‌های اساسی در ترکیب نخبگان برای هر مسأله خاص را نمی‌توان نادیده انگاشت.^۱ همچنین، وضوح کمتری در این مورد وجود دارد که آیا عامه مردم بادقت هم می‌توانند به همان شیوه یک خاص موضوعی تلقی شوند؟ چنین به نظر می‌رسد که از یک مسأله به مسأله دیگر در ترکیب و اندازه مخاطبان علاقه مند تغییرپذیری وجود دارد. همان طور که کی بحث کرد، در ورای مردم معمولاً بادقت، با علاقه به طیفی از حوادث سیاسی، جمعیتی پیچیده از عموم خاص وجود دارد که توجه آنها کم و بیش معطوف به نمایندگی‌های خاص دولت یا زمینه‌های سیاست است. عضویت در عموم موضوعی با دقت، معمولاً در بخشی بر مبنای داشتن آگاهی مناسب استوار است، اما همچنین می‌تواند بر مبنای نگرانی خاص درباره یک مسأله یا مجموعه‌ای از موضوعات خاص استوار باشد. مشکلات مختلف برای مردم نتایجی متفاوت به دنبال دارد و بنابراین، ممکن است جمعیت‌های عموم به طور طبیعی از بطن آن گروه‌هایی که مستقیم‌ترین تأثیر را می‌پذیرند، تشکیل شود.

یک مثال بارز از این پدیده، به بحث کنگره سال ۱۹۸۹ پیرامون لغو احتمالی برنامه فاجعه بار بیمه تندرستی دولت بازمی‌گردد که در آن افرادی بالای سال سن برای دانستن بحث، نسبت به سایرین تقریباً دو برابر بیشتر

بود. با وجود این، در میان سالخوردگان، همچنین نوعی رابطه بسیار قوی میان شناخت عام از امور سیاسی و آگاهی از مباحث بیمه تندرستی وجود داشت. در حدود ۷۵ درصد از آگاه‌ترین افراد سالخورده، از مسأله مطلع بودند؛ در صورتی که تنها ۲۰ درصد از آنها که معمولاً آگاهی کمتری داشتند، از این موضوع آگاه بودند.^۱

تحقیق اخیر کروسنیک (۱۹۹۰)، همچنین به وضوح به اهمیت متغیر موضوعات متفاوت سیاسی برای گروه‌های متفاوت در درون جمعیت عام اشاره دارد. کروسنیک دریافت که هرچند تنها درصدهای کمی از شهروندان سطوح بالایی از اهمیت را برای هر مسأله خاص قایل می‌شوند، اما تقریباً نیمی از جمعیت آمریکا، برای حداقل یک مسأله اهمیت بسیاری قایل هستند. به علاوه، او، تنها با یافتن همبستگی درونی ضعیفی میان مقیاس‌های اهمیت در امتداد موضوعات مختلف عنوان می‌کند که براساس مسایل مختلف، عموم با دقت نسبتاً گسسته‌ای وجود خواهد داشت.

از سوی دیگر، در پشتیبانی از این نظر شواهدی نیز وجود دارد که عامه مردم با دقت در امتداد موضوعات مختلف نسبتاً ثابت است. به عنوان مثال، تحقیق اولیه که پیرامون رهبریت افکار صورت گرفت، نشان داد که رهبر افکار بودن در یک قلمرو، با رهبر بودن در قلمرو دیگر مرتبط است.^۲ همچنین، مسأله ثبات عمومی یا شفافیت موضوعی عامه مردم با دقت از لحاظ مفهومی اهمیت بیشتری دارد؛ اگرچه از نظر تجربی نمی‌توان برای آن پاسخی یافت. زیرا، به طور حتم آن می‌تواند بر شیوه تلاش یک نبرد در پرداختن عمل گرایانه افکار عمومی، برای مثال طراحی مبارزات سیاسی، تأثیر بگذارد. ممکن است هدف قابل تصور یک مبارزه،

1. PRICE & Zaller, 1990

2. Katz & Lazarsfeld, 1955, Marcue & Bauer, 1964

مخاطبانی باشند که معمولاً به آنها عامه مردم بادقت می‌گویند (معمولاً اغلب مبارزات این گونه هستند) و یا تلاشی حاوی یک رویکرد خاص موضوعی که با توسل به افرادی صورت می‌گیرد که نسبت به آن مسأله مفروض دقت ویژه‌ای را اعمال می‌کنند.

مرور خلاصه ما به چند مشاهده جالب اشاره دارد. اول این که درجه نسبتاً بالایی از انسجام میان الگوی جامعه‌شناسی عموم که به شکلی در اوایل قرن بیستم تنظیم شد، چارچوب مفهومی ناشی از تحقیقات تجربی اخیر وجود دارد. چهار مفهوم جمعی عمده معمولاً در تحقیق افکار عمومی دخالت دارند که عبارت اند از: عامه مردم، رأی دهندگان، عموم بادقت و نخبگان یا عموم فعال. این چهار مورد، به طور تقریبی حاوی طیفی است که از توده تا عموم فعال را دربرمی‌گیرد.

البته در درون گروه سوم یعنی (عامه مردم بادقت) است که مامی توانیم ترکیبی از توده و عموم پیش‌بینی شده توسط بلومر را ملاحظه کنیم. اگرچه ممکن است سودمندانه این موارد را به عنوان چهار قشر عام در درون جمعیت در نظر بگیریم، اما شواهدی نیز وجود دارد مبنی بر این که این گروه‌ها - به ویژه عامه مردم فعال - همان گونه که الگوی سستی نشان می‌دهد، اغلب برای مسایل متفاوت به اشکال مختلفی ترکیب شده اند.

مشاهده دوم این است که هر یک از این چهار مجموعه - اعم از این که به طور رسمی به عنوان یک عموم در نظر گرفته شوند یا خیر - می‌توانند در شکل‌گیری افکار عمومی نقش مهمی ایفا نمایند.^۱ در این مفهوم است که جستجو برای عموم احتمالاً بیهوده خواهد بود. معادل دانستن عموم با

هریک از این گروه‌ها ممکن است مانعی برای کمک سایرین به این فرایند تلقی شود. به طور حتم، اعضای عموم فعال (برای مثال گروه‌های منافع و نخبگان سازمان یافته)، تأثیر نامتناسبی بر سیاست دارند و شایسته آن هستند که در تحقیق افکار عمومی به طور نظام مندی مورد توجه دقیق قرار گیرند. معطوف کردن توجه بازیگران نباید نقش تماشاجیانی را که بریس در بیش از یک قرن پیش در سال ۱۸۸۸ آن را «عمل واکنشی منفعلان بر طبقه فعالان» می‌نامد، نادیده بگیریم.

در چارچوب کنش‌های متقابل میان این گروه‌ها در جریان شکل‌گیری و تغییر آنها در طول زمان است که احتمالاً می‌توان پاسخ‌های مربوط به شکل‌گیری جمعی و تأثیر افکار عمومی را دریافت.^۱ فصل چهارم، این احتمال را با جزئیات بیشتری مطرح می‌کند.

یادداشت‌ها

۱- تلاش‌های تحلیلی، همانند تلاش پارک و بلومر، به طور برجسته‌ای درپایه ریزی رفتار جمعی به مثابه زمینه‌های فرعی حیاتی در جامعه شناسی آمریکاپدیدار شد. این روش به طور عمده جدا از تحقیق افکار عمومی شکل گرفت. (See Turner & Killian, 1957; Elsner, 1972)

۲- کی به طور مشابه در مقابل این وسوسه مقاومت می‌کند که پیرامون تعریف کلی از اصطلاح «عموم» به بحث پردازد؛ اما در عین حال، رضایت می‌دهد تا تنها به این تعریف بسنده کند که «عموم کنش ور» ممکن است پیرامون یک مسأله مفروض شامل یک مجموعه با ساختاری محکم باشد؛ در حالی که پیرامون مسأله‌ای دیگر، به واسطه وجود عمومی گسترده‌تر و فاقد هرگونه سازمان دهی خاص، پراکنده شود. اما ارزیابی وی در مورد مفاهیم جامعه شناسانه اولیه از عموم نسبت به آن ارزیابی که ما در این کتاب ارایه کرده‌ایم، کمتر نویدبخش است. کی، برخی اندیشه‌های اساسی الگوی قیاسی رامردود شناخت (برای مثال این مطلب که عموم بابحث حول محور مسایل خاص شکل می‌گیرد و سازمان می‌یابد: به نقل از داویسون در سال ۱۹۵۸)؛ آن هم به این دلیل که به نظر وی این اندیشه‌ها در ماهیت ارگانیک بیشتر منظور بودند تا این که کارایی عملی داشته باشند. وی معمولاً برای تلاش محققان در ساخت مفهوم عمومی به مثابه هر نوع مجموعه کمتر سازمان یافته و هدایت نشده یا سایر هویت‌های جامعه شناسانه شیخ وار، ارزشی قایل نشد.

۳- به دنبال روش بلومر، ما می‌توانیم بگوییم که رفتار عموم در طرف فعال‌تر طیف، یک عموم واقعی به مفهوم قیاسی آن و در طرف دیگر طیف، قابل قیاس با رفتار توده‌ای است.

۴- آلپورت (۱۹۳۷) به طور عام مفهوم قیاسی افکار عمومی را نپذیرفت و آن را نه به عنوان یک پشدار باطل و مطلق، بلکه به عنوان یک پیمان کورکورانه برای تحقیق مردود شناخت.

وی متذکر شد که در چنین الگویی، افکار عمومی، به مثابه محصول جدیدی در نظر گرفته می‌شود که از مباحث منسجم در یک گروه پدید می‌آید؛ محصولی از تفکر فردی دارای هماهنگی که هم از حد متوسط یا اجماع نظریات و یا حتی از تفکر هر فرد متفاوت است. نفی الگوهای قیاسی توسط آلپورت، از نگرانی‌های متعددی ریشه می‌گیرد؛ ابتدا، متمرکز شدن بر محصولات نوظهور تعامل گروهی که به نظر می‌رسد آنها را به پذیرش این تصور اشتباه می‌کشاند که تفکر از ذهن افراد حذف می‌شود. دوم و شاید مهم‌تر از همه این که این محصولات نوظهور به آسانی برای تحلیل‌های تجربی قابل شناخت نبود. اگر چنین محصول نوظهوری وجود داشته باشد، ما نمی‌دانیم در کجاست و چگونه می‌توان آن را کشف کرد، تشخیص داد و یا آزمود؟ استانداردهای آن چه هستند و چگونه می‌توان ارزش آن را ارزیابی کرد؟ وی همچنین، برخی از دو سوگرایی‌ها را نیز مطرح ساخت. برای مثال بعداً آلپورت پیرامون جنبه‌های گذرای افکار عمومی در شرایط کاملاً مشابه با موارد اعلام شده در الگوی قیاسی سخن می‌گوید. او در یک پاورقی مبسوط، پیرامون اتحادهای جمعی ممکن به مثابه نیروهایی در بطن عموم بحث می‌کند؛ باتصدیق این مهم که اگر این نیروها به راستی وجود داشتند، تدوینی که مابه عنوان یک فرمول بی حاصل نپذیرفتیم، به فرمولی با ارزش و حتی ضروری و حتی یک اصل کارا در تحقیق تبدیل می‌شود.

۵- به صورت عملی، جمعیت کل، به ندرت مورد نمونه‌گیری واقع می‌شود و همیشه به برخی از دلایل محدود می‌گردد؛ برای مثال، نمونه‌گیری افرادی که فقط دارای سال سن ۱۸ یا بالاتر هستند، به حساب نیاوردن افراد بی‌خانمان یا آنهایی که در خانه‌های سازمانی اقامت دارند و یا فقط مدنظر قرار دادن افراد به وسیله تلفن.

۶- از سوی دیگر، رأی‌گیری به ما امکان می‌دهد که برآورد کنیم که چه تعداد از افراد پیرامون یک مسأله، فکری ندارند و دانستن آن را نمی‌توان اطلاعات جزئی تلقی کرد (فصل سوم).

فصل سوم

آفرینش مفهوم «افکار»

درآمد

دهه ۱۹۳۰، بیان‌گر نقطه عطف مهمی در تفکر پیرامون افکار عمومی بود که علایم آن را می‌شد در تغییرات عام در دیدگاه‌های مختلف در مورد تغییر افکار عمومی از پدیده‌ای فرافردی یا جمعی^۱ به چشم اندازهای فردگرایانه‌تر^۲ مشاهده کرد. این تفکر، با افکار عمومی، همچون یکپارچگی عقاید در جمعیت موردنظر برخورد می‌کند.^۳ این تغییر، در اساس از دو پیشرفت مهم و به هم پیوسته روش‌شناسی ناشی می‌شد که نه تنها تحقیق پیرامون افکار عمومی، بلکه کل علوم اجتماعی آمریکا را نیز به طور عمیقی شکل می‌داد. اولین پیشرفت، رشد مقیاس روان‌شناسانه، به خصوص پیشرفت روش‌های کمی برای مقیاس‌بندی نگرش‌ها بود.^۴ دسترسی به چنین فنونی، به محققان علاقه‌مند به تحقیق در زمینه افکار و نگرش‌ها (که اغلب این دو اصطلاح را مترادف در نظرمی گرفتند) امکان داد تا تحقیقات نظام‌مند و تجربی خود را بر پایه

1. Supraindividual, Collective Phenomenon (e.g., Cooley, 1909)

2. Individualistic Perspective

3. e.g., Childs, 1939

4. e.g., Thurstone, 1928 Thurstone, Chave, 1929, Likert, 1931

خصایص، عوامل مؤثر و روابط هر یک نسبت به رفتار انجام دهند.

دومین پیشرفت مهم، به کارگیری تئوری نمونه گیری علمی در محیط‌های کاربردی و آکادمیک برای تحقیقات اجتماعی بود. در حالی که تا قبل از این زمان، تحقیقات پیمایشی، به طور اساسی برای جمع‌آوری اطلاعات عینی، از قبیل اطلاعات درباره شرایط اقتصادی مناطق مختلف، انجام می‌شد،^۱ در اواخر دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰، محققان به ابزارهای نوینی برای اندازه‌گیری نگرش‌ها و افکار مجهز شدند و به نمونه‌گیری پدیده‌های ذهنی مبادرت کردند.^۲ کاربرد این فنون نمونه‌گیری طراحی شده با اهمیت بود. هرچند این روش‌ها در مقایسه با استانداردهای امروزه‌خام به نظر می‌آمدند، اما به مؤسساتی مانند گالوپ، گروسلی و روپروامکان دادند تا با دقت معینی نتایج انتخابات ریاست جمهوری ۱۹۳۶ را بر پایه چند مصاحبه مردمی پیش‌بینی کنند. این در حالی بود که همه‌پرسی^۳ گسترده، اما تصادفی انجام شده توسط بیشتر روزنامه‌ها و مجلات آن روز و به ویژه معتبرترین آنها، یعنی لیتالی دایجست، با شکست بدی مواجه شدند.^۴

ترکیب پیشرفت در اندازه‌گیری و نمونه‌گیری، محققان را در وضعیتی قرار داد تا افکار و نگرش‌ها را در حجم انبوه‌تری از جمعیت بررسی کنند. بنابراین، شروع به جمع‌آوری موضوعات سیاسی و اجتماعی کردند که تصور می‌شد نوشته‌های مهم و دقیقی برای نظرسنجی هستند. تا اوایل دهه ۱۹۴۰، مراکز تحقیقاتی نظرسنجی عمده‌ای در دانشگاه‌ها، ادارات دولتی و مؤسسات صنایع خصوصی تأسیس شدند.^۵ فصلنامه‌ای با عنوان افکار

1. Fleming, 1967, p. 344, J. Converse, 1987

2. e.g., Lynd And Lynd, 1929

4. Crossley, 1937

5. J. Converse, 1987, Sudman And Bradman, 1987

3. Straw Polls

عمومی برای اولین بار در سال ۱۹۳۷ منتشر شد و ده سال بعد «انجمن تحقیقاتی آمریکا»^۱ برای تحقیق در افکار عمومی تأسیس شد. این دو، به عوامل مهمی برای مبادله یافته‌های حاصل از تحقیقات کمی، مطالعات نگرشی و تحقیقات پیمایشی تبدیل شدند.^۲

از زمان شروع کار این رشته تحقیقات در زمینه افکار عمومی، بیشترین تأکید بر این امر تمرکز یافت که چگونه می‌توان مفهوم افکار فردی را پدید آورد^۳ و آنها را با دقت اندازه‌گیری کرد.^۴ در این فصل کتاب تلاش می‌شود تا به ترتیب پیرامون این دو مسأله بحث شود. این مبحث را با مروری بر انطباق اولیه مفهوم بر تحقیق آغاز می‌کنیم و به طور خاص بر تشابه مفهومی نزدیک میان افکار و نگرش‌ها می‌پردازیم.

۱- افکار و نگرش‌ها

تاریخچه تحقیقات در زمینه افکار عمومی، احتمالاً از تاریخچه تحقیقات در زمینه نگرش‌ها جدایی ناپذیر است. در حقیقت، این دو اصطلاح اغلب به صورت مترادف به کار می‌روند.^۵ دوب^۶ به طور مستقیم در تعریفش از افکار عمومی، دو اصطلاح افکار و نگرش‌ها را به صورت یکسان به کار برد. براساس تعریف، افکار عمومی به نگرش‌های مردمی پیرامون یک مسأله هنگامی که عضو یک گروه اجتماعی هستند، اشاره دارد. چایلدز، افکار را به مثابه بیان نگرش در گفتار عنوان نمود.^(۱)

1. American Association for public Opinion Research (AADOR)

2. Davison, 1987

3. Allport, 1937, Riesman & Glazer, 1948, Wiebe, 1953

4. Cantril, 1944, Lazarsfeld, 1944, Payne, 1951, Sudman & Bradburn, 1947, Schuman & Presser, 1981

5. See Berelson & Steiner, 1964, p. 557, Mc Guire, 1985

6. Doob, 1948

هرچند این اصطلاحات را می‌توان به صورت مترادف استفاده نمود، اما هر یک حاوی موقعیت مفهومی تا اندازه‌ای متفاوت هستند. افکار و نگرش‌ها، اغلب در ادبیات در مقابل هم قرار دارند و این طور گفته می‌شود که حداقل از نظر مفهومی به سه شیوه از هم متفاوت هستند. اول این که افکار معمولاً به عنوان واکنش‌های شفاهی و قابل مشاهده در برابر یک مسأله یا یک سؤال در نظر گرفته می‌شوند؛ در حالی که در نگرش، تمایل یا گرایش روان‌شناسانه نهفته است. دوم این که هرچند این دو اصطلاح بر پذیرش یا عدم پذیرش دلالت دارند، اما اصطلاح نگرش، بیشتر به تأثیرات (دوست داشتن یا تنفر ذاتی) و افکار، به طور عمده بر شناخت (تصمیم آگاهانه برای حمایت یا مخالفت از برخی گروه‌های سیاسی، سیاست مداران یا سیاست‌ها) دلالت می‌کند. سوم و شاید مهم‌ترین تفاوت این است که نگرش، از نظر سستی، به مفهوم جهت‌گیری پایدار و جهانی به سمت مجموعه عامی از محرک‌ها مدنظر قرار می‌گیرد؛ در حالی که افکار، بیشتر وضعیت گرا در نظر گرفته می‌شود که در یک محیط رفتاری خاص به مسأله‌ای خاصی تعلق دارد.

گفتار آینه افکار

فلمینگ^۱، تورستون^۲ را در میان اولین افرادی برمی‌شمارد که میان دو اصطلاح نگرش و افکار عمومی تمایز دقیق مفهومی قایل شد. در مورد مسأله اندازه‌گیری نگرش‌ها، تورستون متذکر شد که آنها هرگز به طور مستقیم برای محققان قابل دسترس نیستند و بایستی با افکار شفاهی یا در غیر این صورت، از رفتارهای آشکار افراد استنباط شوند. وی نگرش را به مثابه آمادگی پنهان^۳ برای واکنش نسبت به موقعیت خاص به شیوه‌ای

1. Fleming, 1967

2. Thurstone, 1928

3. Latent Readiness

مفروض و افکار را تنها یک واکنش در نظر گرفت. کوتاه‌سخن آن که این محقق، افکار را به عنوان شاخص‌های آشکار^۱ نگرش‌های غیرقابل مشاهده دانست.

شیوه تورستون در تمایز میان افکار و نگرش‌ها، بیش از آن که بنیادی و مفهومی باشد، روش شناسانه بود؛ به طوری که فلمینگ بیان داشت: «تورستون، خود به دفعات متعدد، تمایزی را که میان این دو مهم قایل شده بود، نادیده می‌گرفت و به طور ذاتی و غریزی در مواقعی که لازم به ذکر افکار بود، از نگرش‌ها صحبت می‌کرد.» با وجود این، به تدریج در ادبیات این موضوع عبارات صریحی ظاهر شد که در درون این خطوط، تعریف افکار را محدود می‌ساخت. به این صورت که افکار باید بیانی کلامی می‌یافت یا در غیر این صورت، به عباراتی در حمایت یا مخالفت از بعضی اقدامات می‌پرداخت.^۲

به رغم این اصلاح در معنا، مفهوم افکار به دفعات به روشی کم و بیش پیوسته به همراه نگرش به کار برده می‌شد و به موقعیت‌های روانی، درونی و همچنین رفتارها اشاره داشت. برای مثال، هرچند آلپورت^۳ اصرار می‌ورزید که افکار را باید بیان نمود، اما اظهار می‌داشت که تحلیل گران افکار عمومی نمی‌توانند از افکاری که مردم ممکن است در ذهن نگه دارند و بیان نکنند، صرف نظر نمایند. این امر، به روشنی دلالت دارد بر این که افکار می‌توانند قضاوت‌های ذهنی پنهان^۴ و در عین حال رفتارهای آشکار افراد باشند. در واقع، با وجود تعهد در تعریف افکار به مثابه بیان آشکار افراد، تحلیل گران افکار عمومی در عین حال از افکار اظهار نشده،

1. Manifest Indicators

2. Allport, 1937, Childs, 1939

3. Allport, 1937

4. Covert Mental Judgments

خصوصی، درونی و پنهان سخن می‌گویند. این تمایز، حاوی مقداری مفاهیم نظری است؛ زیرا اغلب این گونه بحث می‌شود که فقط افکار بیان شده و یا افکار عمومی، می‌تواند دارای نیروی سیاسی باشد.^۱ افکار عمومی هنگامی مؤثر است که بیان شود، اما در این جا نیز باید متذکر شویم که گاهی اوقات مرزها می‌توانند خدشه دار شوند. همان طور که کی متذکر شد: «دولت‌ها ممکن است قبل از هر اقدامی، به افکار پنهان مردم بها دهند و اغلب هم این کار صورت می‌پذیرد. آنها نیاز دارند در صورتی که جریان مفروضی دنبال و یا پیشنهاد می‌شود، انواع افکاری که ممکن است مطرح گردند را برآورد کنند.»^۲ هرچند ادبیات موضوع در تعریف از افکار عمومی اغلب به صورت رسمی خود را به تعریفی از افکار به مثابه بیان شفاهی^۳ متعهد می‌داند، اما باید پذیرفت که در عمل، محققان معمولاً برای بیان این مسأله، محدودیت بسیار کمتری دارند.

وجه عقلایی افکار

تمایز اولیه تورستون مبنی بر خطوط آشکار یا نهان افکار عمومی، به تنهایی نتوانست جایگاه مفهومی متفاوتی برای افکار و نگرش بیافریند. این حقیقت حایز اهمیت بود که افکار عمومی، به مثابه قضاوتی آگاهانه در ساختار خود معمولاً در مقایسه با نگرشی بیشتر استدلالی^۴ و کمتر عاطفی تلقی می‌شد.^۵ افکار بر پایه اندیشه انتخاب می‌گردد، در حالی که نگرش معمولاً به مثابه پدیده‌ای درک نمی‌شود که باید آگاهانه در مورد آن تصمیمی اتخاذ شود. در عوض، نگرش به عنوان یک محرک عاطفی و تمایل برای واکنش مثبت یا منفی در برابر چیزی احساس می‌شود.

1. Allport, 1937, p. 20

3. Verbalized Expressions

5. Fleming 1967, p. 361

2. See Also Allport, 1937, p. 15

4. Ratiocinative

در این جا رابطه میان افکار و مباحث استدلالی که در عصر روشنگری شکل گرفت، همچنان حضور دارد. حتی اگر کسی معتقد به این امر نباشد که افکار را باید به وسیله بحث و گفتمان به وجود آورد، اما باز به وضوح دیده می‌شود که گرایش به استدلالی بودن افکار نسبت به نگرش‌ها بیشتر است. البته لازم به ذکر است که این گونه بحث و گفتگوهاست که در روشی سستی باعث ایجاد افکار عمومی می‌شوند. در ساده‌ترین قالب کلمات، افکار عبارت از قضاوت‌ها و نگرش شکل خام «دوست داشتن و دوست نداشتن» است که زمینه‌های انجام قضاوت‌های عقلایی را فراهم می‌سازد.^۱

باید بپذیریم که تمایز میان افکار و نگرش‌ها به طور اخص قاطع نیست. تحلیل گران، اغلب تمایلی ندارند که وجود افکار را فقط ناشی از محاسبات و اندیشه گری بدانند؛ زیرا گاهی اوقات افکار به جای انعکاس تفکری بی روح، بازتابی از احساسات شدید است. همان طور که در فصل اول متذکر شدیم، اصطلاح افکار، حتی در ابتدایی‌ترین شکل کاربرد آن، حاوی مفاهیم ضمنی غیرعقلانی، عاطفی و همچنین عقلانی است؛ به ویژه هنگامی که به اجتماعاتی از مردم عادی^۲ اشاره دارد. به علاوه، روان‌شناسان به طور سستی ترکیب دو مفهوم شناختی و احساسی را برای نگرش‌ها خلق کرده‌اند و با برتری اخیر دیدگاه‌های شناختی در روان‌شناسی اجتماعی، این روند حتی بیشتر مطرح می‌شود.^۳ بنابراین، هرچند نگرش و افکار از نقطه نظر تعادل نسبی میان احساس و شناخت متفاوت هستند، اما هیچ یک از این دو اصطلاح را نمی‌توان به طور مطلق در نظر گرفت.

1. Bem, 1970

2. Common People

3. Markus & Zajonc, 1985

افکار به مثابه انطباق نگرش‌ها با مسایل خاص

سومین تمایز معمول میان نگرش‌ها و افکار که جمع بندی روش‌های مختلف از هر دو موضوع مذکور در بالاست، این است که به نگرش‌ها به عنوان بخشی از مواد خام یا آجرهای ساختمانی نگریسته می‌شود که افکار را شکل می‌دهد. فلمینگ مدعی شد که انتخاب اصطلاح افکار عمومی از سوی مؤسسات نظرسنجی چون گالوپ و روپر، با ارجاع به نتایج نظرسنجی (به جای نگرش‌های عمومی یا نگرش‌های سیاسی)، تا اندازه‌ای به ایجاد تمایز مفهومی میان این دو اصطلاح کمک کرد. در این جا، پیوند سستی میان افکار عمومی و دولت، قالب طبیعی بیان خود را یافت. نتیجه این که تمایز اولیه میان افکار آشکار یا نهان تورستون، موجب برداشته شدن گام مهمی به جلو گردید. وقتی روش تورستون توسط نظرسنجان مورد پذیرش قرار گرفت، اصطلاح افکار به واژه‌ای عام و پذیرفته شده برای بیان موقعیت‌های مخالف یا موافق مسایل سیاسی تبدیل شد. بنابراین، افکار، پدیده‌های رفتاری بلافصلی هستند که باید توصیف شوند (موقعیت‌های مسأله)؛ در حالی که اصطلاح نگرش، برای ارجاع به محرک‌های عمیق‌تر موجود برای آن رفتارها مورد استفاده قرار می‌گیرد.^۱ افکار، زمان چندان زیادی در مقیاس‌های نگرش‌ها استفاده نشد؛ زیرا آنها از نظر مفهومی، تولیداتی متفاوت از نگرش‌ها محسوب می‌شدند.

البته در چارچوب این خط مشی برای ایجاد تمایز دقیق میان این دو مفهوم تلاش چندان صورت نگرفت^(۲) تا این که ویب^۲ تلاش کرد تا جزئیات رابطه مفهومی میان این دو اصطلاح را تشریح نماید. در شیوه

نظم‌بندی وی، نگرش، بیان گر آمادگی ساختاری^۱ و جهت‌گیری پایدار^۲ برای پاسخ‌گویی به یک مسأله مطلوب یا نامطلوب است. از طرف دیگر، افکار، به طور آگاهانه در واکنش به یک سؤال خاص در یک موقعیت ویژه پدیدار می‌شود. در واقع، افکار تصمیمی است که نگرش‌های مربوط به مسأله را با تصورات فرد از واقعیتی که در آن رفتار باید شفافیت یابد، انطباق می‌دهد.

در نتیجه، افکار و نگرش‌ها، به ویژه زمانی که یک مسأله دو یا چند نگرش بالقوه متضاد را وارد صحنه می‌کنند ممکن است از هم فاصله بگیرند. باتوجه به دیدگاه ویب در این رابطه، نگرش، جهت‌گیری مستقیم بی فاصله و افکار انتخاب سنجیده میان جایگزین‌های خاص در موقعیت‌های اجتماعی خاص است.^۳

۲- استنباط مبانی روان‌شناسی افکار

آن چه در بالا ذکر شد، نشان می‌دهد که استفاده از اصطلاح افکار متغیر است؛ زیرا گاهی به یک پدیده رفتاری و در موارد دیگر به یک پدیده روان‌شناسانه اشاره می‌کند. ممکن است در سطح ظاهری از افکار آشکار^۴ صحبت کنیم. این سطح، بیان گر قضاوت‌هایی پیرامون اقدامات خاص یا اعمال پیشنهادی از علایق جمعی است که در موقعیت‌های خاص رفتاری صورت می‌گیرد.^(۳) این موارد، داده‌های اساسی هستند که در تحقیق پیرامون افکار عمومی جمع‌آوری شده‌اند و برای جمع‌آوری آنها از مصاحبه‌های پیمایشی در موقعیت‌های رفتاری استفاده شده است. بنابراین، واضح است

1. Structural Predisposition

2. Enduring Orientation

2. See Also Hovland & Kelley, 1953

4. Overt Opinions

که افکار نیز می‌توانند در مباحث غیررسمی، نامه‌های نوشته شده به مقامات دولتی و ستون سردبیری روزنامه‌ها، انداختن رأی به صندوق‌ها، شرکت در تظاهرات، اعتصاب کارگری و غیره بیان شوند. این احتمال وجود دارد که ما به صورت جداگانه از افکار پنهان^۱ سخن به میان آوریم که در ذهن برای قضاوت در مورد اقدامات خاص یا اعمال پیشنهادی، حول محور مسایل مورد علاقه جمعی شکل گرفته است. هرچند این نوع افکار اغلب از پاسخ‌های پیمایشی استنباط می‌شوند، اما به طور مختصر به ذکر دلایل چندی در مورد این مسأله می‌پردازیم که چرا چنین تفسیرهایی، آن طور که در ابتدا به نظر می‌رسد، آن چنان هم پیچیده نیست. این قضاوت‌های پنهان، همانند افکار آشکار، به مثابه پاسخ به موضوعی خاص، یعنی همانند ارتباط به سیاست‌های خاص با نظر داشت مشکلات مشترک، مفهوم می‌یابند. عام‌تر از افکار آشکار یا نهان، نگرش‌ها هستند که بر اساس آفرینش مفهومی ویپ، به عنوان آمادگی‌های پایدار جهت پاسخ‌گویی مثبت یا منفی نسبت به مجموعه عامی از محرک‌ها استنباط می‌شوند.^(۴)

ممکن است افکار آشکار، قضاوت‌های پنهان و نگرش‌ها به هم مرتبط باشند؛ اما در این جا دلایل مهمی وجود دارد که نشان می‌دهد چرا آنها شایسته آن هستند که از نظر مفهومی از هم متمایز شوند. اول این که مردم می‌توانند افکاری را بیان کنند که به طور مشخص از دیدگاه‌های خصوصی آنها متفاوت هستند؛ به ویژه زمانی که در معرض فشارهای اجتماعی قرار داشته باشند.^۲ برای مثال، در یکی از انتخابات آمریکا که در آن نامزدهای سیاه پوست در مقابل مخالفان سفیدپوست برای کسب مقام کاندیدا شدند، سنجش افکار نمایانگر تغییر شدید در تعادل حمایت از

کاندیداها، بسته به موقعیت نژادی فرد مصاحبه گر بود.^۱ پاسخ دهندگان سفیدپوستی که با سیاه پوست‌ها مصاحبه می‌کردند، نسبت به پاسخ دهندگان سفیدپوستی که با سفیدپوستان مصاحبه می‌کردند، با احتمال بیشتری می‌گفتند که از نامزدهای سیاه پوست حمایت می‌کنند.^۲ زمانی که احتمال دارد که مخالفت صورت گیرد، برخی از مردم ممکن است با وجود داشتن دیدگاه‌های روشن یا نگرش‌های قوی، موقعیت بیانی خود را کلاً تغییر دهند و یا از گفتن حقایق طفره روند.

تحقیقات به وضوح نشان می‌دهند که مردم مایل هستند تا افکار خویش را درباره مسایل ارایه دهند؛ حتی زمانی که به ظاهر هیچ قضاوت یا نگرش پنهانی در آنها وجود نداشته باشد. همان طور که در فصل دوم متذکر شدیم، پاسخ دهندگان نظرسنجی، گاهی اوقات با قضاوت‌های عجولانه^۳ یا شبه افکار^۴ به سؤالات مصاحبه گران پاسخ می‌دهند.

کانورس در سال‌های ۱۹۶۴ و ۱۹۷۰ دریافت که بیشتر پاسخ‌دهندگان، افکار فوق‌العاده ناپایداری دارند. در نظرسنجی‌های تصادفی که در سال‌های ۱۹۵۶، ۱۹۵۸ و ۱۹۶۰ صورت گرفت، اکثر مردم برای یک سؤال، به جای ارایه پاسخ‌های یکسان، پاسخ‌های متفاوتی دادند. همچنین، پاسخ دهندگان به طرز قابل توجهی در دیدگاه‌های سیاسی‌شان بی‌ثبات بودند؛ به طوری که بسیاری از مردم می‌خواستند تا نسبت به یک مسأله موضعی لیبرال اتخاذ کنند، اما در عمل افکار خویش را در قالبی محافظه کارانه بیان می‌کردند.^۵ کانورس به این نتیجه رسید که افکار سیاسی

1. Edelman & Mitofsky, 1990

2. Keeter, 1990, Finkel, Cooter & Borg, 1991

3. Snap Judgments

4. Pseudo – Opinions

5. Converse, 1964

اندازه‌گیری شده در بیشتر نظرسنجی‌ها، جدا از انعکاس نقطه نظرات سیاسی شفاف، ممکن است به آسانی بازتابی از آشفتگی‌های روحی^۱ افراد باشد. سایر محققان، ضمن مخالفت با نظریات کانورس، عدم ثبات پاسخ‌های نظرسنجی را به جای فقدان شکل‌گیری مناسب افکار^۲، ناشی از خطای مقیاس اندازه‌گیری می‌دانستند و یا بحث در این بود که شدت یابی مسایل سیاسی از دهه ۱۹۶۰، افکار و تفکرات ایدئولوژیک بیشتری را در حوزه‌های انتخابیه به نمایش می‌گذاشت.^۳

در ورای مسأله ناهماهنگی بالقوه میان افکار آشکار و دیدگاه‌های پنهان، مشکل بسیار اساسی‌تری وجود دارد. یک فرد برای بیان افکار خود لزوماً نیازمند داشتن هیچ نوع قضاوت اساسی و یا اولویت نیست و در عین حال، آمادگی مداوم بسیار کمتری برای رفتار در خصوص دسته‌ای از موضوعات دارد.

مطابق با فرضیه کانورس، تحقیقات تجربی نشان می‌دهد که نسبت قابل توجهی از پاسخ دهندگان به نظرسنجی، دیدگاه‌های خود را درباره مسایلی بیان می‌کنند که درباره آنها اطلاعاتی ندارند یا در مورد آنها تفکرزیادی نکرده‌اند.^۴ با این همه، حتی این افکار ناقص و بی‌مایه^۵ ممکن است حدس‌های قریب به یقین^۶ باشند که از آمادگی‌های اساسی افراد منتج شده اند و بنابراین، کاملاً تصادفی نیستند.^۷

چنین تحقیقاتی باعث شد تا تعبیر افکار آشکار به دنبال فرضیه تورستون، به مثابه یک مرجع تجربی بی‌پرده برای نگرش مشاهده نشده و

1. Mentaltosses

2. Achen, 1975

3. Nie, Verba & Petrcik, 1975

4. Bishopetal, 1980

5. III - Informed And on - the - Spot Opinions

6. Educated Guesses

7. Schuman & Presser, 1981, p. 159

یا حتی تعبیر آن به مثابه انطباق سنجیده نگرش‌های متعدد با یک موقعیت رفتاری خاص (به دنبال فرضیه ویب)، با شک و تردید مواجه شود. در عوض، این تحقیق نشان می‌دهد که افکار آشکار را باید تنها برای چیزی که در ظاهر به چشم می‌خورند، پذیرفت؛ زیرا آنها رفتارهای ظاهراً سطحی هستند که لزوماً بر تصمیم یا نگرش پنهانی دلالت ندارد. این امر، روندی معمولی در مفهوم سازی افکار به شمار می‌رود؛ حداقل برای مواردی از نظرسنجی‌های نمونه‌ای که مورد امور مردم جمع آوری شده‌اند.^۱ محققان، با حذر کردن از این اندیشه که نگرش‌ها منعکس کننده ساختار روان شناسانه از پیش موجود محسوب می‌شوند، می‌پذیرند که آنها بیشتر پدیده‌های گذرا هستند. این امکان وجود دارد که افکار، تنها بازتابی از پاسخ‌های ناپایداری^۲ باشند که پیرامون یک مسأله مشخص تجمع یافته‌اند.

اگرچه محققان معاصر نسبت به محققان اولیه تمایل کمتری به پذیرش رابطه موجود میان مسایل عمومی و نگرش‌های تثبیت شده درباره آنها دارند، اما به هیچ وجه علاقه خویش را برای کشف شالوده روان شناسانه افکار آشکار از دست نداده‌اند. در مورد با این هدف، مفاهیم تئوریکی متنوعی، از جمله طرح واره‌ها،^۳ ارزش‌ها و مشخصات گروهی^۴ برای محاسبه شکل‌گیری و تغییر افکار مدنظر قرار می‌گیرد. این مفاهیم، همانند نگرش‌ها، دارای ویژگی‌های عامی به این شرح هستند:

۱- قابل استنتاج هستند، ولی به طور مستقیم قابل مشاهده نیستند.

۲- نسبت به افکاری که موقعیت گرا و تصنعی هستند، بنیادین‌تر تعبیر می‌شوند.

1. Zaller & Feidman, 1987

2. Ephemeral Responses

3. Schemata

4. Group Identification

۳- به مثابه توضیحات تئوریکی برای بیان آشکار افکار مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ هرچند معانی این اصطلاحات به اندازه خود افکار بی ثبات و متزلزل است (ادبیات روان شناسی - اجتماعی مربوط به هریک از این اصطلاحات به آسانی جایگاه موردنظر خود را اشغال می‌کند)، اما سودمندی آنها در این مطلب است که می‌توانیم آنها را به مثابه شاخص اندیشه جاری درباره ماهیت افکار در نظر بگیریم.

طرح واره

کانورس در سال ۱۹۶۴ اظهار می‌دارد که اغلب آمریکایی‌ها فاقد یک بینش منسجم نگرشی درباره سیاست هستند. یعنی در مجموع، هیچ نوع ایدئولوژی مبتنی بر محافظه کاری یا لیبرال ندارند که دیدگاه‌هایشان را سازمان بخشد؛ به گونه‌ای که در اساس حاوی حمایت‌های تجربی باشد^۱ و به طور گسترده مورد پذیرش قرار گیرند.^(۵) در صورتی که دیدگاه‌های سیاسی در درون یک سیستم یا یک ایدئولوژی منفرد فراگیر به طور عام سازمان نیابند، چگونه می‌توان آنها را سازمان بخشید؟ پاسخ عادی نسبت به این مسأله معنای دیگری را مفهوم می‌بخشد که هم اینک با عنوان طرح واره در روان شناسی اجتماعی مشهور است. یک طرح واره، یک ساختارشناختی است که شناخت عام در مورد یک مفهوم مفروض یا یک قلمرو تحریکی نشان می‌دهد و دربرگیرنده صفات یک مفهوم و روابط میان این صفات است. به عبارت دیگر، یک طرح واره را می‌توان به هر نوع ساختاراطلاعاتی ربط داد. همچنین، می‌توان آن را به مثابه سیستم استنباطی از عقاید مرتبط به هم درباره هر مفهوم خاص در نظر گرفت. حال این مفهوم می‌تواند یک شخص، یک گروه (مثلاً حقوقدان)، یک حادثه (مثل رفتن به کلاس) و یا حتی برخی تصورات مجازی (مثل آزادی) باشد.

محققان، فرضیه‌های متفاوتی را پیرامون اشکال ساختاری طرح واره مطرح کرده‌اند. برخی از آنها سیستم‌های سلسله مراتبی از موضوعات مرتبط به هم (معادل با تئوری) را پیشنهاد می‌کنند و پیشنهاد سایرین، ساختارهای مجموعه‌ای ساده‌تر، مانند توالی حوادث و یا فیلم نامه^۱ است.

تحقیقات روان‌شناسانه، بیان گر آن هستند که یک طرح واره وقتی فعال می‌شود، نوعی درک سریع ذهنی در فکر و تصور کردن را فراهم می‌آورد و با جلب توجه به برخی ویژگی‌های محیط پیرامون، شالوده‌ای را برای استنباط رویدادها و مردم به وجود می‌آورد. همچنین، به فرد کمک می‌کند تا اطلاعاتش را در حافظه فهرست بندی نماید.^۲ از نظر تئوری، طرح واره به چندین شیوه بر شکل‌گیری افکار تأثیر می‌گذارد؛ در ابتدا، به ایجاد فیلترهای مفهومی می‌پردازد که به واسطه آنها تنها باید اطلاعات مرتبط با یک مسأله عمومی عبور کند. گرابر^۳ در سال ۱۹۸۴ این اندیشه را بر مجموعه‌ای از مصاحبه‌های عمیق با گروهی از ساکنان منطقه شیکاگو تفسیر داد و در انجام کار توجه خود را به این مسأله معطوف کرد که آنها چگونه اخبار را پردازش می‌کنند. این طور به نظر می‌رسید که در مصاحبه وی، پاسخ دهندگان، طرح واره ساده‌ای را در مورد امور عمومی به کار می‌برند تا موضوعات خاصی از اخبار را از جریان اطلاعات ارایه شده توسط وسایل ارتباط جمعی انتخاب نمایند. این طرح واره ساده، مجموعه‌ای کوچک اما سازمان یافته از عقاید و نظرات درباره مردم و سیاست بود. مطابق با پیشنهادات اولیه لین^۴، گرابر اثبات کرد که مردم افکار خود را پیرامون امور سیاسی به صورت تلگرافی^۵ و مختصر بیان

1. Abelson, 1981

2. Fiske & Taylor, 1984, Markus & Zajonc, 1985

3. Graber

4. Lane, 1962

5. Morselize

می‌کنند. آنها فعالانه از مسایل مختلف عمومی به مفهوم‌سازی می‌پردازند، اما اغلب با کمک طرح واره‌های مختلف و بدون فراهم‌سازی یک ایدئولوژی یا فلسفه پوشش دهنده که دارای ساختار سیاسی است، هر مسأله را به صورت جداگانه تفسیر می‌کنند.

دوم این که طرح واره‌ها ممکن است در پاسخ به اطلاعاتی، پیرامون امور عمومی، پایه‌ای برای استنباط تلقی شوند. یک طرح واره فعال شده، مجموعه‌ای از عقاید مرتبط به هم را به ذهن می‌آورد و سپس در مورد اطلاعات جدید، تداعی‌های ذهنی مردم را تغییر می‌دهد. گیلویچ^۱ در این مورد مثالی کاملاً روشن ارائه داد. آزمایش‌شوندگان در تحقیقات وی، فیلم نامه‌هایی را مطالعه می‌کنند که در آنها شروع یک بحران نظامی فرضی در یک کشور خارجی تشریح می‌شود و آنها به صورت تجربی آمادگی دارند. بنابراین، می‌توانند طرح واره جنگ ویتنام (با رجوع به هلیکوپترهای شینوک^۲ با حملات سریع و برق‌آسایشان و غیره) یا طرح واره جنگ جهانی دوم (با رجوع به انتقال سربازان پیاده نظام و شبیخون‌ها) را در ذهن خود تداعی کنند. همان‌طور که گیمویچ پیش‌بینی کرده بود، بیشترین حمایت برای مداخله نظامی آمریکا در این بحران فرضی در میان کسانی یافت می‌شد که روایت جنگ جهانی دوم را خوانده بودند؛ احتمالاً به دلیل این که این افراد تداعی‌های مطلوب‌تری نسبت به برخورد داشتند و نتایج مثبتی از آن استنباط می‌کردند. چندان شگفت‌آور نیست که بدانید روش‌هایی که در آن پوشش‌های خبری حاوی چارچوبی برای مسایل عمومی هستند، علایق زیادی را در میان محققان افکار عمومی برمی‌انگیزند.^۳ برای مثال، پخش تصاویر تلویزیونی فقر از دیدگاه افراد قربانی، بیش از دیدگاه شرایط

1. Gillovich, 1981

2. Chinook

3. Lyengar, 1987, Lyengar & Kinder, 1987, Zamoson & Modigliani. 4989

و روندهای ملی می‌تواند بینندگان را به سمتی سوق دهد که به فقر بیشتر براساس سطح فردی بیندیشند تا دلایل سطحی سیستمی. بنابراین، عادات کاری به جای نیروهای اقتصادی عامل فقر تلقی می‌شوند. این امر می‌تواند به نوبه خود، بر ارزشیابی آنها از عملکرد دولت با توجه به مسأله‌ای همچون درصدگیری میزان کارایی ریاست جمهوری اثر بگذارد.^۱

نظریات مبتنی بر پردازش اطلاعات طرح واره‌ای، تأثیر عمیقی بر روی تحقیق افکار عمومی داشته است. حتی مفهوم نگرش، اخیراً به عنوان یک زیرمجموعه خاص طرح واره نقش تازه‌ای یافته است. با توجه به این مفهوم، نگرش‌ها دسته‌هایی^۲ از عقاید مرتبط به هم در مورد یک موضوع ویژه هستند که با تأثیری جهانی - خوب یا بد - به هم پیوند خورده‌اند. پراتکائیس^۳ و گرین والد^۴ در سال ۱۹۸۹ پیشنهاد کردند که نگرش، به واسطه چند عامل به این شرح در حافظه بیان می‌شود: ۱- مشخصات موضوعی (تیتز موضوع) و قواعد کاربرد آن (برای مثال، یک وکیل شخصی است که به دانشکده حقوق رفته است)، ۲- خلاصه ارزشیابانه‌ای از آن موضوع (برای مثال من وکلا را دوست ندارم)، ۳- یک ساختاردانشی برای حمایت از ارزشیابی پیرامون آن موضوع (برای مثال مجموعه منسجمی از عقاید درباره وکلا). نگرش‌ها، مانند تمامی طرح واره‌ها، به عنوان ابزارهای شناختی و مفهومی، به سازمان دهی اندیشه‌ها درباره موضوعات کمک می‌کنند. با این همه، به نظر می‌رسد عملکرد اصلی آنها، روش یافتاری^۵ باشد که وظیفه ارزشیابی موضوعات را آسان می‌کند. همچنین، نگرش‌ها از نظر تئوریک وظایف دیگری را برای شخصیت‌ها انجام می‌دهند. آنها

1. Lyengar, 1987, 1990

2. Bundles

3. Pratkanis

4. Greenwald

5. Heuristic

می‌توانند خود تدافعی^۱ باشند؛ برای مثال، در ایجاد، حفظ یا تشدید احساسات فرد نسبت به ارزش خود نقش داشته باشد.^۲ در مواردی که چنین ساختارهای نگرشی وجود دارد، عملکرد شیوه یافتاری نگرش‌ها، به طرز شگفت آوری نیاز به ارزشیابی طاقت فرسا و مداوم اطلاعات جدید را کاهش می‌دهد. همان‌طور که اسمیت، برن و وایت^۳ عنوان کردند، نگرش‌ها به مردم امکان می‌دهند تا وضعیتی را بسنجند و درباره خوب یا بد بودن آن قضاوت کنند. وقتی یک نگرش قوی پیرامون یک موضوع خاص پدیدار می‌شود، ممکن است قضاوتی سریع در مورد آن در حافظه صورت گیرد؛ به گونه‌ای که اطلاعات بعدی تابع تفسیرهای انتخابی فرد می‌شود. دلایل اولیه این پدیده توسط کوپر^۴ و جاهدا^۵ در سال ۱۹۴۷ ارایه شد. آنها دریافتند که پخش کارتونهایی که برای به استهزا گرفتن پیش داوری‌های نژادی ساخته و پرداخته شده بودند، از سوی مردمی که پیش داوری زیادی داشتند، کاملاً بدون قصد و عمد تفسیر می‌شدند. شاید در دفاع از من^۶ خودشان، کارتونها همان مردم را به مثابه کسانی تعبیر می‌کردند که حامی نگرش‌های پیش داورانه خود هستند. می‌توان از بیشتر مثال‌های اخیر، نقش محتمل نگرش‌ها را در شکل‌گیری افکار دریافت. برای مثال، شواهد مربوط به واکنش مردم در برابر بحران ایدز - بیماری که ارتباط تنگاتنگ آن با گروه همجنس‌بازان شناخته شده است - نشان می‌دهد که مردم ما نسبت به همجنس‌بازی گرایش‌های منفی دارند و کمتر پذیرای این گونه بیماران هستند تا افرادی که درباره چگونگی انتقال این بیماری اطلاعات علمی

1. Ego-defensi

2. Pratkanis & Greenwald, 1989, See, ALSO Smith, Bruner & White, 1956, Katz, 1960

3. Smith Brune & White, 1956, p. 41

4. Cooper

5. Jahoda

6. Ego

دارند. آنها همچنین تمایل بیشتری دارند که از سیاست‌های محدودکننده شدیدی برای برخورد با بیماران ایدزی حمایت شود.^۱

ارزش‌ها

ارزش‌ها، همانند نگرش‌ها، به مفهوم عقاید قابل ارزیابی در نظر گرفته می‌شوند، اما آنها کیفیت‌های تجویزی^۲ خاصی دارند. ارزش‌ها، عقایدی هستند پیرامون چیزی که مقبول است؛ حال چه به مثابه یک وضعیت پایانی باشد که رکیچ^۳ آنها را ارزش‌های نهایی^۴ نامید (برای مثال، هر کس باید برای پیشرفت از فرصت‌های مساوی برخوردار باشد) و یا به مثابه وسیله‌ای برای رسیدن به یک هدف، یعنی چیزی که رکیچ آن را ارزش/بزرگی^۵ نامید (برای مثال، مردم باید متناسب با فعالیت‌های خود به موفقیت برسند). ارزش‌ها از نظر تئوری، به صورت معیارهایی برای ارزیابی رفتار شخصی و اجتماعی و همچنین به مثابه برنامه‌های عام برای راهنمایی اعمال شخص عمل می‌کنند. رکیچ به شیوه‌های متعددی ارزش‌ها را از نگرش‌ها متمایز می‌سازد: اول این که ارزش، عقیده واحد مرتبط با وضعیت پایانی مطلوب یا شیوه مرجع رفتاری است؛ در صورتی که یک نگرش، به مجموعه‌ای از عقاید برمی‌گردد که معطوف به یک مسأله واحد است. یک ارزش، به جای نزدیک شدن به یک موضوع، به هدف نزدیک می‌شود. با این مفهوم تازه از ارزش‌ها، موضوعات خاص در وضعیت‌های خاص و فقط زمانی که بر دست آورده‌های حاصل از اهداف ارزشی تأثیر می‌گذارند، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. به گفته وی، ارزش‌ها، به عنوان معیارهای آشکار برای قضاوت پیرامون حالات و رفتار مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ در حالی که نگرش‌ها تنها دلالت بر دوستی‌ها یا تنفرهای عام دارند؛ به این دلیل که ارزش‌های افراد به

1. Stipp & Kerr, 1989, pric & Hsu, 1992

2. Prescriptive Quality

4. Terminal Values

3. Rokeach

5. Instrumental Values

اندازه عقایدشان درباره حالت‌های پایانی مقبول یا روش‌های رفتاری دلخواه است. احتمالاً تعداد این ارزش‌ها تنها به ۱۲ تا می‌رسد؛ در صورتی که تعداد نگرش‌ها بیش از هزار است. همچنین، به نظر وی ارزش‌ها نسبت به اغلب نگرش‌ها، به شخصیت فرد نزدیکی بیشتری دارند.

ارزش‌ها، بیشتر در بطن تحقیقات مربوط به اثرات رسانه‌های جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرند^۱ و به طور معمول در مطالعات افکار عمومی به کار می‌روند.^۲ فلدمن در سال ۱۹۸۸ دریافت که مقیاس‌های حمایتی مربوط به بعضی از ارزش‌های سیاسی اساسی می‌توانند وجود تنوعات گسترده موجود در افکار پیرامون سیاست‌های عمومی خاص را توضیح دهند. برای مثال، تعهد نسبت به ارزش فرصت‌های برابر، به طور اساسی به مواضع سیاسی متنوع مرتبط با مسایل داخلی بستگی دارد. این امر، حتی پس از کنترل هویت گروه، از جمله تمایلات لیبرالی یا محافظه‌کارانه و عوامل اجتماعی - اقتصادی، نیز به شدت با طیف گسترده‌ای از ارزشیابی‌های عملکردی روناالد ریگان به عنوان یک رییس جمهور ارتباط داشت.

همان طور که کیندر^۳ و سیرز^۴ در سال ۱۹۸۵ مطرح ساختند، تحقیق پیرامون نقش ارزش‌های اصلی در شکل‌گیری افکار عمومی و سوسه‌انگیز^۵ است. در اصل، آنها خاطرنشان کردند که ارزش‌های اصلی، در حد واسط میان دو موقعیت قرار دارند:

۱- طیفی از چارچوب‌های ارجاعی ایدئولوژیک که اثبات شده است در درک افکار سیاسی مردم آمریکا نقش چندانی ندارند؛

1. Ball-Rokeach, Rokeach & Grube, 1984

2. Rokeach, 1960, 1968, 1973, Feldman, 1983

3. Kinder

4. Sears

5. Tantalizing

۲- عقاید خاص مرتبط با موضوعات کاندیداهای خاص که همانند تغییر فصول در گذر است.

هماندسازی گروهی^۱

ساختار تئوریک دیگری که گاهی اوقات به مثابه شالوده و بنیان شکل گیری افکار در نظر گرفته می شود، خود مفهومی^۲ فرد است که بخش عمده ای از آن بر مبنای همانندسازی گروهی متعدد از شخص قرار دارد. روان شناسی اجتماعی به مدت بسیار طولانی، همان طور که ادبیات گسترده مربوط به گروه های مرجع نشان می دهد،^۳ به شیوه های الحاق افراد به گروه که می توانند افکار و رفتار آنها را تحت تأثیر قرار دهد، علاقه مند بودند.

شیبوتانی^۴ عنوان می کند که شاید مسأله عمده روان شناسی اجتماعی نوین دریافت این مسأله است که یک فرد، کدام چشم انداز گروهی را برای تعریف و واکنش نسبت به وضعیت های مختلف مورد استفاده قرار می دهد. ترنر^۵ در سال های ۱۹۸۵ و ۱۹۸۷، خود مفهومی رابه مثابه یک سیستم شناختی^۶ منسجم تعریف کرد که به این شرح، شامل دو پاره سیستم اولیه می شود: ۱- هویت فردی^۷ یا عقاید موجود درباره ویژگی های روان شناسانه بی مانند سلاقی و صفات شخصی (برای مثال، من درستکار هستم یا من تنبل هستم)، ۲- هویت اجتماعی^۸ که ترکیبی از عقاید درباره عضویت یک فرد در گروه ها یا طبقات مختلف اجتماعی، اعم از رسمی یا غیررسمی است (برای مثال؛ من کاتولیک هستم یا من پدر هستم). به بیان

1. Group Identifications

3. Hyman, 1942, Hyman & Singer, 1968

5. Turner

7. Personal Identity

2. Self – Concept

4. Shibutani, 1955

6. Cognitive System

8. Social Identity

دیگر، خودمفهومی عبارت است از یک سیستم سازمان یافته عقاید فرد درباره ویژگی‌های اجتماعی و شخصی خود.

اگر چه ما مفهوم ساختار سازمان یافته شناختی واحدی را در مورد خود مفهومی در نظر داریم، اما آن، انطباقی و دارای عملکرد مبتنی بروضعت خاص است. تنها عوامل خاص در هر لحظه مفروض مطرح می‌شوند.^۱ یک محیط رفتاری، به ویژه هنگامی که فرد درگیر تعارض‌های میان گروهی یا رقابت است، می‌تواند خود هویت یابی^۲ را به صورت عضوی از یک گروه مفروض مدنظر قرار دهد. بنابراین، چشم اندازهای گروه در درک و پاسخ گویی به محیط پیرامون مورد پذیرش قرار می‌گیرد. در صورت بندی ترنز، هویت‌های گروهی فعال شده، همانند طرح واره‌ها، گروهی عمل می‌کند و می‌تواند فرایندهای استنباطی و مفهومی را هدایت نماید. محققان افکار عمومی برای اثبات این قضایا از پشتوانه‌های تجربی برخوردار هستند. در موارد مربوط به تضاد یا رقابت میان گروهی، اعضای متعامل گروه‌های رقیب، تصورات مبالغه آمیز و افراطی^۳ از هنجارهای افکار رقابتی پدیدار می‌سازند.^۴ همچنین، تحقیق نشان می‌دهد که افزایش میزان برجستگی و بارز بودن یک گروه خاص، مردم را به سمت بیان قالبی‌تر^۵ افکار عمومی سوق می‌دهد.^۶

همان طور که پرایس عنوان کرد، هویت یابی اجتماعی ممکن است به طور اساسی بر شکل گیری افکار در مورد مسایل عمومی دلالت داشته باشد؛ البته با فرض این مطلب که از اعضای تماشاچی عموم خواسته شود

1. Tajfel & Turner, 1979, Turner, 1982

2. Self - Identification

3. Extremetized

4. E.G., Mackie, 1986, price, 1989

5. More Stereotypical

6. e.g., Charters & Newcomb, 1952, Kelley, 1955, Reid, 1983, price, 1989

تا در کنار این یا آن گروه فعال در سیستم متعارض^۱ سیاست‌های برگزیدگان قرار گیرند.^۲ به عبارت دیگر، به دلیل ماهیت گروهی بودن اغلب مباحث سیاسی، هویت‌های گروهی مردم کاملاً درمورد مسایل امور عمومی شکل می‌گیرد. تعجبی ندارد که کانورس دربررسی پاسخ‌های ارایه شده به سؤالات باز پیمایشی^۳ درباره مسایل سیاسی، کشف کرد که تقریباً ۵۰ درصد از نمونه‌ها در سطح ملی به وابستگی‌های گروهی و یا علایق سایر گروه‌ها اشاره دارد؛ در حالی که تنها ۳ یا ۴ درصد از جمعیت از انتزاع‌های ایدئولوژیکی از قبیل لیبرال یا محافظه کار استفاده کرده بودند. کانورس در مورد بخش عمده‌ای از انتخابات به این نتیجه رسید که پیوندهای گروهی، هسته اصلی افکارسیاسی را به وجود می‌آورند.

شکل گیری افکار^۴

بدون شک، میان اصطلاحاتی چون طرح واره، نگرش، ارزش و همانندسازی گروهی، هم پوشانی مفهومی وجود دارد. تمامی این اصطلاحات به ساختاری اطلاعاتی^۵ برمی گردد که بازتابی از جنبه‌های متفاوت پردازش اطلاعات است. این اطلاعات ممکن است بر محاسبه و بیان افکار عمومی تأثیر بگذارند. در واقع، میزان دقتی که می‌توان با آن هریک از این مفاهیم و فرایندهای متفاوت را به صورت عملی تعریف کرد، با ابهام روبروست.^۶ مسلم این است که دانشجویان رشته افکار عمومی در تلاش خود برای بیان چگونگی و چرایی بیان افکار خاص از سوی مردم، به هریک از این مفاهیم متوسل می‌شوند.

1. Conflict System

2. Schatt Schneider, 1960

3. Open-Ended Survey Questions

4. Forming Opinions

5. Information Structures

6. Mc Guire, 1985

از نظر تئوری، زمانی که هر موضوع منفردی به صحنه وارد می‌شود، تنها طرح واره یا نگرش یا ارزش برگزیده و یا وابستگی‌های گروهی فعال می‌گردد. با این همه، زمانی که این مفاهیم فعال شدند، مواد خام عوامل اصلی، به قضاوت‌های درونی و افکار اظهار شده شکل می‌دهند، اما هنوز آنها به تنهایی و به طور کامل نمی‌توانند بیان گر یک پاسخ باشند. اطلاعات جدید موجود پیرامون یک مسأله (یعنی عقایدی که هنوز با ساختار موجود یکپارچه نشده اند) و تصورات ناشی از احتمال پاسخ گویی دوستان و گروه‌های ارزشی نسبت به آن مسأله، هر یک نقش خود را ایفا می‌کنند.^۱ افکار، بر مبنای دو عامل پایه گذاری می‌شوند: ۱- نظام نهادینه شده عقاید یک فرد؛ ۲- تلاش فرد در جهت درک یک وضعیت جدید؛ یعنی یک موضوع عمومی. در فرایند تفکر در مورد یک مسأله خاص، عقاید و نگرش‌ها در ذهن متبادل و با هر گونه اطلاعات جدید در دسترس ترکیب می‌شوند. در چارچوب یک محیط رفتاری خاص (برای مثال یک مصاحبه پیمایشی یا مهمانی کوکتل یا بحث درباره صبحانه)، این عقاید در یک نظر اظهار شده ترکیب می‌گردند. این ترکیب ممکن است همانند موردی باشد که آبلسن^۲ در سال ۱۹۶۸ آن را مولکول/افکار^۳ نامید. این مولکول، از سه اتم تشکیل شده است: ۱- عقیده (برای مثال این پیشنهاد نیاز به وضع مالیات‌های جدید دارد)، ۲- نگرش (برای مثال من از مالیات متنفرم)، ۳- درک برخی حمایت‌های اجتماعی (برای مثال هر شخصی از مالیات متنفر است).

بنابراین، از نظر تئوری، افکار اظهار شده از یک نوع محاسبه ذهنی منتج می‌شود؛ اما فقط معدودی از جنبه‌های مهم این محاسبه در ذهن

1. Allport, 1937, Wiebe, 1953, Davison, 1958

2. Abelson

3. Opinion Molecule

متبادر می‌شود. از جمله این که این افکار لزوماً نباید پیچیده باشند. تحقیق در مورد این نوع موجزگویی‌ها یا یافتاری‌های قضاوت‌مندان‌ای^۱ که مردم به هنگام تصمیم‌گیری تحت شرایط غیرمطمئنی به کار می‌برند، موجب شده است که قضاوت‌ها به طور عمده با تکیه بر موارد محدود و یا حتی یک مورد، از اجزای اطلاعات بسیار مهم صورت گیرد.^۲ به دلیل وابستگی شدید افکار محاسبه شده به این مهم که کدام عقیده، نگرش، ارزش یا همانندسازی گروهی خاص به ذهن‌خطور می‌کند، تفاوت میان محیط‌های خاص رفتاری، اغلب حتی در یک فرد، افکار بسیار متفاوتی را ایجاد می‌کند. دوم این که بیان آشکار عقاید ممکن است به همان اندازه که با سایر شیوه‌ها صورت می‌گیرد، با شکل‌گیری ساختارهای شناختی درونی نیز انجام شود.^۳ مردم فعالانه می‌توانند از فرصت‌های مختلف برای بیان عقاید، متفاوت، به مثابه شیوه‌ای برای ساخت و آراستن ذهنشان، بهره‌جویند. این همان چیزی است که باید الگوی استدلالی افکار عمومی آن را در سطح فردی نیز به کار گیرد. همان‌طور که عامه مردم برای ارایه پاسخ جمعی به یک مسأله به زمان نیاز دارند، قضاوت پنهان یک فرد نیز ممکن است با توجه به یک مسأله، برای پرورش، کسب هماهنگی و ثبات لازم در واکنش به تفکر درباره آن جمع‌آوری اطلاعات زمان نیاز داشته باشد؛ زیرا برای بررسی جنبه‌های مختلف یک مسأله تلاش و یا حتی پیرامون آن با دیگران صحبت می‌کند.^۴

حساسیت نسبت به این پدیده محققان را وادار می‌دارد تا از افکار، به

1. Judgmental Heuristics

2. e.g., Tversky & Kahneman, 1982, Taylor, 1982

3. Bem, 1970

4. Price & Roberts, 1987, Hochschild, 1981

مثابه موقعیت‌های مختلف تعریف^۱ یا تبلور^۲ صحبت کنند.^۳ در فرایند شکل‌گیری یک قضاوت درونی هماهنگ، یک شخص ممکن است طیفی از افکار متفاوت را در چارچوب محیط‌های رفتاری متنوع به خوبی بیان کند.^۴ چنین الگویی ممکن است چندان نتواند وجود مجموعه‌ای از شبه افکار را منعکس کند، ولی در عوض، در طول زمان بازتابی از کنش متقابل طبیعی میان شناخت و رفتار را به نمایش می‌گذارد. کلمن^۵ این گونه مطرح ساخت که آشکار شدن عمل و واکنش متفکران، اغلب در یک شیوه دیالتیکی به طور همزمان صورت می‌پذیرد. مردم در بحث پیرامون یک مسأله، احتمالاً برای بیان نقطه نظرات در حال تحول‌شان، مجموعه‌ای از تلاش‌ها را به کار می‌برند. در همان زمان، این احتمال وجود دارد که آنها به طور فعالی با تکیه بر شواهدی از مجموعه رفتارهای خود، به استنباط از عقاید و قضاوت‌هایشان روی آورند.^۶ افکار بیان شده به این سبک می‌تواند تشکیل دهنده رفتارهای آزمونی^۷ باشد و به فرد در سمت‌گیری در جهت قضاوت نهایی یا عادلانه نسبت به موضوع کمک کند. فرایند استدلال شکل‌گیری افکار، نه تنها پدیده‌ای درون شخصی یا سطح - جمعی^۸ است، بلکه می‌تواند در سطح فردی نیز پدیدار شود. احتمالاً اولین برخورد فرد با یک مسأله جدید، ایجادکننده افکار نسبتاً وسوسه انگیز و غیرانعکاسی است.^(۱) اما هر فرصتی برای فکر کردن و بیان یک عقیده پیرامون یک مسأله، می‌تواند گام دیگری در جهت یافتن

1. Definition

2. Crystallization

3. Bryce, 1888, Katz, 1940, Kelman, 1974, Berelson, 1954, Crespi, 1989

4. Atkin & Chaffee, 1972

5. Kelman, 1974

6. Bem, 1970

7. Test Behavior

8. Collective - Level

ایده‌ای شفاف‌تر و دقیق‌تر باشد.^۱ فقط هنگامی که یک عقیده پوشیده آشکار و شفاف می‌شود، افکار بیان شده می‌تواند سطح بالایی از همسانی را در موقعیت‌های مختلف به نمایش گذارد. درسی که از تحقیق پیرامون شبه افکار می‌توان گرفت، این است که چنین قضاوت‌های روشنی ممکن است در میان مردم عادی، حداقل پیرامون مسائلی که به صورت معمول مورد علاقه تحلیل گران سیاسی است، بسیار نادر باشد.

۳- مشاهده افکار

با در نظر گرفتن این پیچیدگی‌ها، می‌توان درک کرد که تلاش برای مشاهده افکار، بسیار فراتر از دریافت پاسخ‌های مستقیم مثبت یا منفی در مقابل سؤالات است. اگرچه اطلاعات بنیادین در تحقیق افکار عمومی تنها به صورت یک بیانیه در حمایت یا مخالفت در برابر برخی از سیاست‌ها یا کاندیدها بیان می‌شود، اما در صورت وجود توضیحی پنهان، محققان دلایل خوبی دارند تا پیرامون این اولویت‌های بیان شده با دقت بیشتری کنکاش و درباره قضاوت‌های پوشیده آن دانش بیشتری کسب کنند. یک تحلیل‌گر بسیار جدی و دقیق افکار عمومی، علاوه بر کشف این امر که یک شخص در پیشنهادهایی که ارائه می‌دهد، در چه جایگاهی - اعم از مخالف یا موافق قرار دارد، سعی می‌کند تا در مورد موضوع بیشتر فراگیرد؛ از جمله چه تعداد و چه نوع اطلاعاتی در حمایت از این عقیده وجود دارد؟ آیا ارزش‌ها یا نگرش‌هایی در بطن آن وجود دارد؟ این عقیده چقدر معتبر است؟ آیا در هویت یابی گروهی خاص ریشه دارد؟ چقدر احتمال تغییر آن وجود دارد؟

در گذشته اشاره کردیم که تحقیق در مورد اندازه‌گیری عقاید، پایه

اصلی این علم را تشکیل می‌دهد.^(۷) این خط تحقیق را می‌توان در یک چشم انداز معین، همان طور که برای دستیابی به اهداف عملی مطرح است، برای رسیدن به شاخص دقیقی از عقیده در نظر گرفت. بدون تردید، برخی از مطالعات روش شناسانه، به ویژه در دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۳۰، با در نظر داشتن این هدف در ذهن صورت می‌پذیرفت.^۱ با این همه، از اواخر دهه ۷۰، تحقیق پیرامون اندازه گیری افکار عمومی بیشتر جهت گیری نظری یافت. تحلیل گران، با درک چگونگی تأثیرپذیری مردم با تغییر در شیوه بیان، تفاوت‌های ناشی از نظم سؤالات و چگونگی تأثیر تغییر گزینه‌ها در واکنش نسبت به گزارشات افکار، در موقعیت بهتری برای درک ماهیت افکار قرار می‌گیرند. بررسی برخی از مسایل کلیدی در اندازه گیری افکار سازنده است؛ زیرا هر یک از آنها حاوی مفاهیم ضمنی مهمی هستند.

درباره چیست؟

در تعریف، افکار باید درباره چیزی باشند. بنابراین، طراحی سؤالاتی که برای کسب نظرات طرح می‌شود، باید به گونه‌های باشد که با موفقیت توجه مردم را به سمت مسایل و یا موضوعات خاص معطوف دارد. کانورس و پرسر در سال ۱۹۸۶، به نیاز برای ایجاد یک چارچوب مشترک ارجاعی برای سؤالات پیمایشی تأکید داشتند؛ به طوری که تمامی پاسخ گویان بتوانند با نظم بخشیدن به سؤالات خود در برابر یک محرک واکنش نشان دهند. در این راستا ممکن است مشکلات متعددی نمایان شود. البته برخی از آنها واضح هستند؛ همانند مشکلات شناخته شده و

1. Bishop, Oldendick & Tuchfarber, 1978, 1982; Schuman & Presser, 1981, Sudman & Bradburn, 1982, Tourangeau & Rasinski, 1988; Schwarz, 1990

معمول در موضوعات نظرسنجی دو پاسخ^۱ که فرد را در مقابل بیشتر از یک سؤال منفرد قرار می‌دهد (برای مثال، آیا به مشتریان زیر ۱۷ سال سینما باید اجازه داد تا فیلم‌های خشن یا سکسی نگاه کنند). اما سایر موارد می‌تواند ظریف‌تر مطرح شود؛ همانند زمانی که یک سیاست‌بایک گروه یا شخص همراه شود (برای مثال، آیا شما با سیاست‌پرزیدنت بوش در خاورمیانه مخالف هستید یا موافق). این وضعیت، امکان پاسخ‌های گزینشی نسبت به دو محرک را فراهم می‌آورد: یکی سیاست‌و دیگری پرزیدنت که گاهی اوقات از آن تحت عنوان مسایل حیثیتی^۲ نام برده می‌شود. موضوع خاص مورد توجه‌ای که توسط پاسخ‌گو انتخاب شده است، می‌تواند ایده‌های متفاوتی را به ذهن آورد.

با تغییر عبارات و واژه‌های مورد استفاده در سؤالات، حتی به صورت جزئی، نقطه ثقل افکار ارایه شده در پاسخ تغییر می‌یابد. حتی با تغییری کوچک در شیوه بیان سؤالات نظرسنجی، گاهی اوقات می‌توان تغییرات مهمی در نتایج ایجاد کرد. به عنوان مثال، با انجام تعدادی از کارهای تجربی میدانی به طور مداوم این نتیجه به دست آمد که اگر از مردم سؤال شود «آیا فکر می‌کنید ایالات متحده باید سخنرانی عمومی علیه دموکراسی را قلع‌و غن کند»^۳، تعداد افرادی که در حمایت از سؤال پاسخ می‌دهند، حدود ۲۰ درصد بیشتر از زمانی است که از آنها پرسیده شود «آیا فکر می‌کنید ایالات متحده باید به انجام سخنرانی‌های عمومی برضد دموکراسی / اجازه دهد»^۴. اسمیت در سال ۱۹۸۷ دریافت که کاربرد عبارت مردم در رفا،^۵ در مقایسه با عبارت مخالف آن یعنی مردم فقیر^۶، در سؤالات مرتبط با هزینه دولت

1. Double-Barreled

2. Prestige Problem, Rugg & Contrl, 1944

3. Forbid

5. People On Welfare

4. Rugg, 1941, Schuman & Presser, 1981

6. Poor People

فدرال به طور مشخص در حدود ۴۰ درصد کمتر سخاوت مندانه است. وی تأثیر این عبارت را به صورت محصولی از عقاید و نگرش‌های متفاوت بیان می‌دارد که احتمالاً از این دو عبارت ناشی می‌شود. ارجاع دادن به رفاه توجه رابه حیف و میل و بوروکراسی دولتی معطوف می‌کند؛ در حالی که اصطلاح فقر چنین فکری ایجاد نمی‌کند. همچنین، عطف به رفاه در مقایسه با فقر، ممکن است در حد بیشتری برانگیزاننده یک نگرش نژادی باشد.

شیوه بیان اثرات بسیاری دارد. اما هنوز تأثیرات ناشی از آن، اغلب غیرقابل پیش‌بینی است و در برخی از موارد سؤالات ظاهراً جانب دارانه نتایج پیش‌بینی شده را به بار نمی‌آورد. برای مثال، شومان و پرسر در سال ۱۹۸۱ گزارشی ارائه کردند که در آن سؤالات ارائه شده ظاهراً حاوی عبارات مورد استفاده پیرامون آزادی بیان بود و به افرادی ارجاع داده شده بود که عقایدشان بد و خطرناک^۱ تلقی می‌شد، اما این گونه عبارات تأثیری بر الگوهای پاسخ‌گویی نداشت. جایگزینی کلمات خنثی^۲ و ملایم، به گونه‌ای که آخر آن با صحبت پیرامون دوران بارداری و سقط جنین به پایان می‌آمد، در پاسخ به سؤالات پیرامون حق سقط جنین هیچ گونه تأثیر مهمی نداشت.

برخی از اشکال و صور در توجه به سؤالات، نتایج منظم و قابل تفسیری به بار می‌آورد. برای مثال، از نظر انتزاعی، حمایت از آزادی‌های مدنی در میان آمریکایی‌ها بسیار بالاست؛ حتی اگر حمایت از اجرای سیاست‌های خاص مربوط به آن اصول عمومی بسیار کمتر باشد. مردم، اغلب برای تأیید اصول گسترده و جامع، مانند آزادی بیان، آمادگی دارند؛

حتی اگر آنها برای تأیید و تصدیق برخی از کاربردهای ظاهراً آشکار آن اصول رغبتی نداشته باشند؛ از قبیل اجازه دادن به کمونیست‌ها برای بیان عقایدشان. تغییر سؤال موجب تغییر توجه می‌شود و بنابراین، در این مورد مسأله از اندیشه نسبتاً قابل قبول آزادی بیان^۱ به چشم انداز کمتر جذاب تبلیغات کمونیستی تغییر پیدا می‌کند.

چه گزینه‌هایی داریم ؟

افکار، نه تنها روی یک مسأله یا موضوع خاص تمرکز دارد، بلکه گزینه‌ای است درباره چیزی که باید انجام پذیرد. آنها بیان گر اولویت برای یک دوره خاص از عمل هستند. در عمل، محققان افکار عمومی به طور مستقیم اولویت‌های شناخته عمومی را القا نمی‌کنند؛ حداقل نه در این مفهوم که از مردم بخواهیم تا راه حل‌های پیشنهادی خود را برای مسایل عمومی ارایه کنند. در عوض، به پاسخ‌گویان نظرسنجی پیمایشی یک یا چند پیشنهاد ارایه می‌شود که در بحث‌های عمومی مورد توجه قرار دارند و تحت عنوان گزینه‌های عملی برای سیاست در نظر گرفته می‌شوند. سپس در این راستا، از پاسخ‌گویان خواسته می‌شود تا حمایت یا مخالفتشان را درباره آن اعلام کنند. در مورد کاندیداهایی که خواستار رسیدن به مقام هستند، از مردم پرسیده می‌شود که کدام یک را ترجیح می‌دهند.

میزان و نوع گزینه‌هایی که در مورد هرگونه مسأله مفروض به پاسخ دهندگان نظرسنجی ارایه می‌شوند، سؤالاتی هستند که حاوی جنبه‌های روش‌شناسانه و اهمیت مفهومی هستند. در نظرسنجی‌های تجاری، حداقل این تمایل وجود دارد که به پاسخ‌های آری یا خیر تکیه کنیم؛ زیرا این

سوالات به مثابه شاخص‌های افکار عمومی پیرامون مسایل متفاوت تلقی می‌شوند. بنابر تجربیات سرسپی^۱ در سال ۱۹۸۹، این مهم بازتابی از یک الگوی رأی‌گیری ضمنی از افکار عمومی است. با وجود این، همان‌طور که وی متذکر شد، با یک سؤال منفرد نمی‌توان به افکاری که در بطن رفتار رأی‌دهنده وجود دارد پی برد. در عوض، وی اصرار می‌ورزید که در این راستا باید سوالات متفاوتی برای بررسی جنبه‌های متفاوت مسأله مطرح ساخت تا بتوان نظریات مردم را نسبت به شیوه‌های جایگزین برای برخورد با آن مدنظر قرار داد. رایزمن^۲ و گلازر^۳ در سال ۱۹۴۸ در مقابل گزینه‌های واکنشی ساده شده، عکس‌العمل مشابهی نشان دادند. نظر آنها این بود که حداقل این فرض را می‌توان در نظر گرفت که ممکن است برای افکار ساختار دیگری نیز وجود داشته باشد؛ به طوری که به گفته آنها هر سؤال در این ساختار جنبه‌های متعدد و چشم‌اندازهای فراوانی دارد و هر یک از آنها ترکیبی از اندازه‌های معنایی و تأثیری متفاوت هستند.

به این دلیل، محققان افکار عمومی اغلب تلاش می‌کنند که در بخش واکنش‌ها به پیشنهادات متنوعی که در بردارنده همان مسأله عام است، پردازند. به این ترتیب آنها می‌توانند ارزیابی بهتری از تمایلات اصلی یک شخص در پاسخ‌گویی به یک مسأله به دست آورند (در این برآورد آنها به جای تکیه بر یک سؤال منفرد، معناسازی، تکرار و مقیاس‌های چندموضوعی افکار^۴ را در نظر می‌گیرند). همچنین، می‌توان با قالب‌های پرسشی متفاوت، گزینه‌های متفاوتی را به دست آورد. پیشنهادات ضد و نقیض را می‌توان به ترتیب اولویت رده‌بندی کرد. با روش مقایسه زوجی می‌توان شقوق مختلف را ارزیابی و یا از پرسش‌های باز استفاده کرد.^۵

1. Crespi

3. Glazer

5. Converse & Presser, 1986

2. Riesman

4. Multiple-Item Opinion Scales

مقیاس‌های مورد استفاده در تحقیق افکار عمومی، معمولاً دارای یک ویژگی اساسی دو وجهی با کیفیت موافق یا مخالف نسبت به موضوع است که احتمالاً به اندازه هر چیز دیگر، بازتابی از ماهیت جدلی مباحث عمومی است؛^(۸) آن هم به گونه‌ای که تمایل دارد تا خود را به نوعی در مسلک‌های متضاد^۱ متبلور سازد.^۲ در میان چارچوب‌هایی که بیش از همه مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌توان به سؤالات تعادلی^۳ اشاره کرد که در آن یک گزینه در مقابل گزینه‌ای دیگر قرار می‌گیرد. برای مثال، یک سؤال مرکز مطالعات انتخابات ملی،^۴ با استفاده از این چارچوب تعادلی به این شکل مطرح می‌شود: «برخی از مردم فکر می‌کنند که مردان و زنان باید در اجتماع نقش مساوی داشته باشند؛ در حالی که برخی دیگر معتقدند که جایگاه زن در خانه است. در این باره نظر شما چیست؟» در چنین مواردی، گزینه‌های چند تعادلی باید با دقت انتخاب شوند تا تضمین کنند که آنها به گونه‌ای مناسب در برابر هم قرار دارند و به طور یکسان در دوحده موضوع قرار گرفته اند. در غیر این صورت، ممکن است نتیجه این باشد که آنها دو سؤال جداگانه را تشکیل دهند^۵ و یا یک انتخاب حدوسط به وجود آورند که ذاتاً مبهم است.^(۹)

انتخاب شکل یک سؤال و انتخاب پاسخ‌های متعدد جایگزین، هریک به نوعی بر الگوی نهایی و نتیجه تأثیر می‌گذارند. شومان و پرسر در سال ۱۹۸۱ متذکر شدند که وقتی مردم موافقت می‌کنند تا با آنها مصاحبه شود، چارچوب سؤالات را می‌پذیرند و شرافت مندانه تلاش می‌کنند تا در همان

1. Opposing Camps

2. Noelle-Neumann, 1970

3. Balanced Questions

4. National Election Studies

5. Rosenstone & Diamond, 1990

چارچوب پاسخ گو باشند. این تحلیل گران، قبل از هر چیز تأثیر شکل سؤالات را بر حسب محدودیت‌های پرسشی^۱ در نظر می‌گیرند؛ یعنی گزینه‌های ارایه شده توسط محقق، آنهایی هستند که اکثریت پاسخ‌گویان آنها را انتخاب خواهند کرد؛ حتی اگر این امکان وجود داشته باشد که پاسخ‌گویان شکل متفاوتی از پاسخ ارایه شده را انتخاب کرده باشند. نظریه پرسر و شومان این بود که هر چارچوب پرسشی، به نوعی پاسخ‌ها را محدود می‌سازد.^(۱۰)

اهمیت چارچوب‌های پرسشی

یکی از ابعاد کلیدی یک عقیده، میزان اطلاعاتی است که درون آن وجود دارد. برای بررسی شکل‌گیری قضاوت‌های مردم پیرامون مسایل عمومی، به مجموعه اطلاعات فوق‌العاده اندکی که ظاهراً در دسترس بیشتر مردم قرار دارد، توجه نشان داده‌ایم. همان‌طور که لین و سیرز^۲ در سال ۱۹۶۴ اشاره کردند، یکی از جالب‌ترین جنبه‌های افکار در مورد مسایل عمومی این است که مردم تا چه اندازه در مورد موضوعاتی که تقریباً درباره آن اطلاعات ندارند، نظریاتی محکم ارایه می‌دهند. سؤالاتی که در مورد سطح اطلاعات شخصی ارایه می‌شوند، حایز اهمیت هستند؛ زیرا آنها به طور مستقیم به میزان ظرفیت عموم مردم برای داشتن افکار بستگی دارند (به فصل دوم رجوع شود). همچنین، برای توضیح افکار عمومی مفاهیم ضمنی کاربردی وجود دارد؛ برای مثال افکار چه کسانی باید بررسی شود؟ با فرض این که بیشتر مردم هیچ وقت به دنبال مباحث مجادله آمیز عمومی نیستند، تحلیل گران گاهی اوقات تلاش می‌کنند تا تشخیص دهند کدام یک از بخش‌های جمعیت در ارایه افکار دارای زمینه‌های اطلاعاتی هستند و کدام یک نیستند.

گاهی محققان تلاش می‌کنند تا ذخیره اطلاعات مرتبط و قابل دسترس برای یک فرد را در شکل گیری افکار بررسی کنند. این مهم، به واسطه پرسیدن سؤالات عینی^۱ درباره مسأله صورت می‌پذیرد. اما درکل، مشخص کردن اطلاعات مرتبط با این کار پیچیده است. ممکن است اطلاعاتی که به تصور محقق با یک مسأله مرتبط است، از نظر پاسخ گوآن چنان مرتبط نباشد و برعکس. معمولاً تحلیل گران به منظور تعیین ظرفیت‌های مردم برای ارایه افکار، به خود/ارزیابی^۲ آنها تکیه می‌کنند. یک روش اساسی این است که گزینه آشکار «نمی دانم» را برای پاسخ به سؤالات در نظر بگیریم. روش مشابه آن، استفاده از سؤالات صافی^۳ است؛ یعنی قبل از طرح سؤالات مربوط به افکار از پاسخ گو بپرسیم که آیا درباره آن موضوع فکر کرده و یا چیزی شنیده است. این روش‌ها، اغلب به شدت باعث کاهش تعداد افرادی می‌شود که به بیان نظرات خود می‌پردازند. تحقیقات نشان می‌دهد^(۱۱) که گذاشتن گزینه «نمی دانم» به عنوان یکی از مقولات پاسخی برای یک سؤال، موجب می‌شود تا تعداد افرادی که عقاید خود را ابراز نمی‌کنند، در حدود ۲۰ درصد افزایش یابد.^۴

احتمالاً برای ملاحظه طیف ایده‌هایی که مردم با استفاده از آنها در تفکر پیرامون مسایل عمومی بر آن متمرکز می‌شوند، دلایل مهم دیگری نیز وجود دارد. ممکن است ملاحظات ویژه‌ای که یک سؤال به ذهن متبادر می‌کند، تعیین کند که چه نوع عقیده‌ای بیان شده است. زالر^۵ و فلدمن در سال ۱۹۸۷ در یک تحقیق پانل دو مرحله‌ای^۶ از پاسخ‌دهندگان خواستند تا پاسخ‌های خود را برای سؤالات، با استفاده از کلمات خود، به همان

1. Factual Questions

3. Filter Questions

5. Zaller

2. Self-Appraisal

4. Schuman & Presser, 1981

6. Two-Wave Panel Study

شکلی که در هنگام فکر کردن درباره موضوع مورد نظر به ذهن متبادر می‌شود، بیان کنند. این شیوه، در ۵۰ درصد از موارد، قبل از پاسخ گویی مردم و در ۵۰ درصد از موارد، بعد از پاسخ به موضوع افکار و با عطف به گذشته صورت پذیرفت. نتایج حاصله نشان می‌دهد که افکار مردم - حتی اگر نسبتاً بی اطلاع باشند - در یک خلا اطلاعاتی شکل نمی‌گیرد. در مقابل هر سؤال به طور متوسط چهار تفسیر جایگزین وجود داشت و تقریباً تمامی پاسخ گویان، حداقل به یکی از این چهار مورد قابل لمس اشاره می‌کردند. حدود ۳۰ درصد، افکاری را ارایه کردند که دو بعد موضوع را در بر می‌گرفت. این روش، یک ماه بعد برای همان مردم تکرار شد و تقریباً ۳۳ درصد از آنها درباره همان موضوع افکار متضادی را بیان کردند. آن گونه که زالر و فلدمن اظهار داشتند: «همان افراد می‌توانند به سؤالات مشابه در دو مرحله زمانی پاسخ‌های متفاوتی دهند؛ گویی با دوسؤال روبرو هستند. سؤال درباره خدمات دولتی ممکن است در یک مصاحبه طیفی از علایق خاص و یا بوروکراسی‌های متورم و تصوری از آموزش، بیمه اجتماعی و امنیت هوایی را در مصاحبه‌ای دیگر ایجاد کند.» همان طور که در قبل اشاره کردیم، اگر چارچوب ارجاعی برای موضوع به گونه‌ای تغییر نماید، این امکان برای یک شخص منفرد به وجود می‌آید تا بدون تغییر در نگرش‌ها و عقاید نهفته اش، افکار متناقضی را ارایه نماید. برخورداری از ذخیره اطلاعاتی بیشتر و قابل دسترس که سازنده طیفی از ایده‌هایی است که به ذهن تبادر می‌شود، حتی می‌تواند حداقل تا زمانی که بتوان یک قضاوت روشن برای آن تعیین نمود، در مقاطع مختلف از هماهنگی کمتری برخوردار باشد.

سازماندهی افکار

یک سؤال دیگر در این رابطه این است که افکار یک شخص چقدر ممکن است سازمان یافته باشد. زمانی که فکری در ذهن شکل می‌گیرد، ممکن

است به شدت با سایر افکار یکپارچه شود، ارتباط سستی داشته باشند و یا این که کاملاً از هم جدا باشند.^۱ ممکن است شخصی آگاهانه تلاش کند تا مجموعه منسجمی از نظریات مرتبط به هم را پیرامون امور عمومی در ذهن نگه دارد؛ در حالی که فرد دیگری ممکن است مجموعه افکاری در سر داشته باشد که به ندرت می‌توان آنها را مرتبط با سایر افکار در نظر گرفت. ارجاعاتی که در یک تحقیق به سازمان/افکار^۲ داده می‌شود، با ساختارهای نهفته در قضاوت‌های مفروض، مانند چارچوب شناختی برای آن افکار و یا میزان همبستگی آن - البته در صورت وجود - ارتباط چندانی ندارد. همان طور که کانورس در سال ۱۹۶۴ متذکر شد، بیشتر مردم نمی‌توانند دارای عقایدی باشند که بیش از اندازه با ایدئولوژی محافظه کارانه یا لیبرال هماهنگ است. در عوض، ممکن است افکار به صورت خوشه‌های فکری^۳ یا گروهی از افکار مرتبط به هم سازمان دهی شده باشد که در آن هر خوشه‌ای در انزوای نسبی خود حفظ می‌شود^۴ یا ممکن است که آنها به طور ساده، پراکنده موجود باشند.

چقدر یک عقیده قدرتمند است ؟

دسته دیگری از ویژگی‌ها به شیوه‌های مختلف با این مهم ارتباط دارند که یک عقیده چقدر ریشه دارد. در این مورد چندین عامل مرتبط، اما از نظر مفهومی با ابعاد متمایزی را باید در نظر گرفت. از جمله: ۱- شدت^۵ (احساس یک فرد در برابر یک مسأله خاص تا چه اندازه نیرومند است) ۲- برجستگی^۶ یا بارز بودن (یک عقیده مفروض چقدر از نظر ذهنی قابل دستیابی است)، ۳- اهمیت^۷ (یک مسأله یا یک عقیده مفروض تا چه

1. Lane & Sears, 1964

3. Opinion Cluster

5. Intensity

7. Importance

2. Opinion Organization

4. Leane & Sears, 1964

6. Salience

اندازه می‌تواند اهمیت داشته باشد)، ۴- اطمینان^۱ (یک نفر چقدر مطمئن است که یک عقیده صحیح است)

مقوله شدت عقیده در میان مطالعات تجربی، بیشترین توجه را به خود معطوف داشته است و می‌توان آن را به راه‌های مختلف ارزیابی کرد. یکی از روش‌ها، دربرگیرنده دو مرحله است: ۱- یک شخص عقیده‌ای (مخالف یا موافق) را ابراز می‌کند. به دنبال آن یک سؤال بعدی پرسیده می‌شود با این مضمون که احساس او نسبت به آن عقیده تا چه اندازه قوی است. حتی معمول‌ترین روش، روشی یک مرحله‌ای است که در آن از پاسخ‌گویان خواسته می‌شود تا افکار و عقایدشان را که در مقیاس‌های ۵ یا ۷ نمره‌ای، از بسیار موافق^۲ تا بسیار مخالف^۳ طبقه‌بندی شده است، نشان دهند؛ هرچند طبق نظریه کانورس و پرسر در سال ۱۹۸۶، این عمل ممکن است موجب اشتباه میان افراط و تفریط عقاید و شدت احساسات شود. مقیاس‌های شدت افکار از نظر تحلیلی کاملاً برای محققان افکارقابل استفاده هستند؛ زیرا این مقیاس‌ها، ایجاد تمایز میان پاسخ‌دهندگان که عقایدشان عمیقاً ریشه دار و اصیل است و آنهایی را که پاسخ‌هایشان نشان از وابستگی اندک است، میسر می‌سازد.^۴ مطالعات نشان می‌دهند که عقاید پرشور، نسبت به عقایدی که ضعیف‌تر بیان می‌شوند، در طول زمان ثبات بیشتری دارند و همچنین از همبستگی درونی بیشتری برخوردار هستند.^۵

با برجستگی و اهمیت یک عقیده، اغلب برخورد مترادفی صورت می‌گیرد؛ هرچند ممکن است آنها از نظر مفهومی از هم متمایز باشند.^۶ در واقع، زمانی یک عقیده برجسته است که توجهات را به خود معطوف کند

1. Certainty

2. Strongly Agree

3. Strongly Disagree

4. Riesman & Glazer, 1948

5. Schuman & Presser, 1981

6. Krosnik, 1988a

و زمانی مهم است که به موضوع مورد علاقه‌ای مرتبط باشد. شاید بتوان گفت که این دو ویژگی از نظر علی با هم مرتبط هستند؛ زیرا هر چقدر شما وقت بیشتری را صرف توجه به مسأله‌ای کنید، از نظر شما آن مسأله اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و برعکس، هر چقدر مسأله‌ای با اهمیت فرض شود، سهم بیشتری از توجه یک فرد را به خود مشغول می‌سازد. کرسنیک^۱ این گونه بحث می‌کند که مردم معمولاً هم شناخت و هم توانایی آن را دارند تا درباره میزان اهمیت مسایل مختلف گزارش ارایه کنند. وی دریافت که در طول زمان، ثبات فکری در مورد برنامه‌های رفاه اجتماعی، مخارج دفاع، تنش زدایی و اشتغال تضمینی، در میان پاسخ‌گویانی که این گونه مسایل از نظر فردی برای آنها اهمیت دارند، بسیار بالاتر است.^۲ به علاوه، این طور به نظر می‌رسد که افکار پیرامون آن دسته از مسایلی که از نظر مردم مهم تلقی می‌شوند، در ارزش‌گذاری افراد از عملکرد دولت نقش بیشتری دارند.^۳

شاید از لحاظ تجربی موردی که کمتر مورد بررسی قرار گرفته، میزان اطمینانی است که شخص در مورد عقیده موردنظر خود دارد؛ یعنی تا چه اندازه در مورد صحت عقیده خود اطمینان دارد. می‌توان این بعد را به اشکال گوناگون ارزیابی نمود؛ مانند این پرسش که یک شخص تا چه اندازه درباره دیدگاهش مطمئن است و یا یک شخص تا چقدر به این احتمال می‌اندیشد که افکارش تغییر کند. حتی رایزن و گلازر در سال ۱۹۴۴ مطرح ساختند که یک فرد ممکن است در مناظره‌ای که با مصاحبه‌گر انجام می‌دهد و یا بحثی که به آن پاسخ می‌دهد، این کار را تجربه کند. با این همه، این تکنیک می‌تواند کاملاً نامناسب و نتایج آن بالقوه گمراه‌کننده باشد. می‌توان یک شخصیت

1. Korosnik, 1988

2. Krosnick, 1988

3. Krosnick, 1988, 1990

از نوع پرخاش گر را به اشتباه شخصی با یک عقیده قوی در نظر گرفت و یک فرد درون گر را شخصیتی کاملاً اصولی تلقی نمود. احتمالاً حدود اطمینان، به میزان اطلاعاتی (برای مثال تعداد عقایدی) که از آن افکار حمایت می‌کنند، بستگی دارد. اگرچه اطمینان یک نفر به آن عقاید اساسی از اهمیت عمده‌ای برخوردار است، ولی یک حقیقت ممکن است حاوی تکه‌های مختلفی از اطلاعات عینی ناشناخته باشد.

آیا افکار به کنش متعهدانه^۱ منجر می‌شود؟

پرسشی که رابطه نزدیکی با قدرت افکار دارد، این است که آیا هنگامی که یک فکر در ذهن شکل می‌گیرد، می‌تواند در هر اقدام سیاسی جایگاهی تعیین شده بیابد. افکاری که به صورت شفاهی بیان می‌شوند - حتی اگر خیلی هم قوی به نظر آیند - با افکاری که به وسیله اعمالی چون پیوستن به گروه‌های معترض، نوشتن اعلامیه‌های عمومی یا اهدای پول در مورد یک مسأله ابراز می‌شوند، هیچ گونه انطباقی ندارند. کانتریل^۲ در ۱۹۴۸ خاطرنشان ساخت که ممکن است نتوان افکار انتزاعی یا روشنفکری را به صورت افکاری ترجمه کرد که بر پایه آنها قضاوت و عمل عینی صورت گیرد.^۳ برای مثال، بیشتر مردم عملکرد رییس جمهور را بیشتر تأیید می‌کنند تا بگویند که اگر امروز انتخاباتی برگزار شود به او رأی می‌دهیم.^۴ پیرامون روابط عام نگرش‌ها نسبت به رفتار، ادبیات جامع و گسترده‌ای وجود دارد،^۵ اما در واقع، ماهیت پرسش فعلی بسیار خاص است. سؤال این است که آیا یک قضاوت در جانب‌داری از سیاستی خاص را می‌توان به زبان عمل متعهدانه سیاسی برای تضمین همان هدف بیان کرد؟

1. Committed Action

2. Cantril

3. Cantril, 1948

4. Crespi, 1989

5. Kelman, 1974, Schuman & Johnson, 1976, Liska, 1975, Cushman & Mcphee, 1980, Cialdini, Petty & Caccioppo, 1981, J. Cooper & Croyle, 1984

شومان و پرسر در سال ۱۹۸۱ با در نظر گرفتن دو جنبه، حق سقط جنین و کنترل اسلحه و همچنین مقایسه میان مقیاس‌های جداگانه شدت احساسات، اهمیت [چیزی که به اصطلاح مرکزیت^۱ نامیده می‌شود] و کنش متعهدانه [موردی که با نامه نویسی و اهدای پول اندازه گیری می‌شود] به بررسی این سؤال پرداختند. این دو مسأله، نتایج متفاوتی را به بار آوردند. در مورد حقوق سقط جنین پیش‌بینی می‌شد که شدت عاطفی و اهمیت، از سطوح بالایی از عمل سیاسی برخوردار باشد و همچنین، این امر برای مردمی که در دو سوی این قضیه قرار دارند، به طور یکسان دارای شدت عاطفی و اهمیت است. اما در مورد کنترل اسلحه، عدم توازن جالبی وجود دارد. آن دسته از پاسخ‌گویانی که با ارایه جواز برای کنترل اسلحه مخالف هستند - البته به طور مسلم تعداد آنها در اقلیت است، احساسات ذهنی شان را نسبت به اهمیت این موضوع به صورت اقدامات سیاسی تعبیر می‌کنند؛ در حالی که اکثریت مردم طرفدار کنترل اسلحه این چنین عمل نمی‌کنند. شومان و پرسر این گونه تصور می‌کردند که *انجمن ملی اسلحه*^۲ سعی دارد تا مخالفان با کنترل اسلحه را بسیج نماید. عوامل سازمانی به ما خاطرنشان کردند که نباید فرض را بر این گذاشت که شدت در سطح فردی، اهمیت و یا اطمینان، لزوماً به مداخله فعال منجر نمی‌شود. افکار عمومی مؤثر که به شدت به فعالیت سیاسی بستگی دارد، ممکن است از تعادل انباشته افکار بیان شده منحرف شود.

چگونه با سایر مردم ارتباط می‌یابد؟

تصورات ناشی از حمایت یا مخالفت‌های اجتماعی ممکن است برای شکل‌گیری و بیان افکار حیاتی باشند. همان‌طور که آلپورت در سال ۱۹۳۷ متذکر شد، اگر شخص هوشیار باشد یا حتی اگر این تصور راداشته باشد

که دیگران به همان شکل عکس‌العمل نشان می‌دهند ممکن است در رفتار او در حمایت یا مخالفت از یک مقیاس خاص تفاوت‌های قابل توجهی را به وجود آورد. همچنین در عین حال، نتیجه می‌تواند این باشد که گمان کنیم دیگران به شیوه‌ای دیگر رفتار می‌کنند. به عبارت دیگر، یک شخص اقلیتی منزوی است.^۱ همچنین، مسأله اساسی در مورد افکار یک شخص درک این مهم است که چه کسانی جوانب مرتبط را آرایش می‌دهند، چه افرادی نظرات خود را در طرفداری از موقعیت‌های موافق ارایه می‌دهند و چه نوع افرادی مخالف این وضعیت‌ها هستند. تصورات یک فرد نسبت به پیمان‌ها و شکاف‌های اجتماعی در میان عموم مردم به تشکیل یک بافت اجتماعی^۲ منجر می‌شود که در آن هر یک از افکار شکل خواهند گرفت.^۳

نوئل - نیومن در سال ۱۹۸۴ می‌گوید که درک کامل افکار عمومی ممکن نیست؛ مگر این که برآوردهای ذهنی از فضای فکری^۴ نیز آزمون شوند. این کار ممکن است با درخواست از مردم صورت گیرد تا علاوه بر بیان افکار شخصی شان بگویند که از نظر آنها سایر مردم و گروه‌ها در مورد مسایل خاص چگونه می‌اندیشند و به باور آنها روند افکار عمومی در آینده چگونه است و به کدام جهت هدایت خواهد شد.^۵ این ارزیابی ذهنی، تابع تحریفات مفهومی نظام‌مندی است که هر یک از آنها می‌تواند موجب شود که واقعیت‌های تصور شده از واقعیت‌های عینی افکار انحراف یابد.^۶ برای مثال، وقتی تضادهای سیاسی میان گروه‌های اجتماعی کاملاً مشخص باشد، مردم دقیقی که کمتر در این گونه ماجراها دخالت می‌کنند، می‌توانند

1. Noelle - Neumann, 1984

2. Social Context

3. Price, 1988, 1989

4. Climate of Opinion

5. Noelle - Neumann, 1984, Glynn & Mc Llood, 1984, Glynn, 1987, 1989, Glynn & Ostman, 1988

6. Fiels & Schuman, 1976

افکاری اغراق آمیز از قطبی شدن در جامعه به دست دهند.^۱ باتوجه به پیشنهادات دیوسین و همچنین شواهد و مدارک مستدلی که در این زمینه وجود دارد، می توان گفت که مردم تمایل دارند تا تأثیری را که به طور کلی یک رویداد و یا پیام خاص روی افکار عمومی می گذارد، بزرگ تر جلوه دهند. این پدیده، به اصطلاح تأثیرشخص ثالث^۲ نامیده می شود.^۳ ممکن است مفاهیم تحریف شده افکار عمومی، در تمایل مردم برای بحث پیرامون افکارشان تأثیر بگذارد^(۱۲) و بنابراین، در پویایی ارتباطات عمومی و شکل گیری افکار تغییراتی را به وجود آورد.^۴

شرایط و انتظارات اجتماعی، نه تنها چارچوب افکار را شکل می دهد، بلکه خود به طور مستقیم در فرایند اندازه گیری دخالت می کند. افکار به اشکال مختلفی خود را نمایان می سازند. آنها ممکن است در یک محیط به آسانی بیان و در محیط دیگر به طور کامل سرکوب شوند. محققان افکار که مدت ها نسبت به این مقوله حساس بوده اند، استانداردهای عملی را برای به حداکثر رساندن تعامل میان مصاحبه کنندگان و پاسخ گویان پذیرفته اند. به عنوان مثال، معمولاً تحقیقات برای انجام این کار با استفاده از زبان مشترک و یا انتخاب مصاحبه گرانی که با ویژگی های اجتماعی پاسخ دهندگان هماهنگی نزدیک تری دارند، صورت می پذیرد. با این همه، برخی از تحقیقات نشان داده اند که تعامل های بیش از حد میان پاسخ گویان و مصاحبه گران، ارزش پاسخ های دریافتی را کمتر کند.^۵

1.e.g.,Pearce,Stamm & Strentz,1971,Grunig & Stamm,1973

2.Davison,1983

3.Third-Person Effect

4.Cohen,Mutz,Price & Gunher,1988,Lasorsa,1989,Mutz,1989,Perloff,1989

5.Noelle-Neumann,1979

6.Hyman,Cobb,Feldman,Hart & Sember,1954, Dohrenwend,Colombotos & Dohrenwend,1968 weiss,1968

به طور خلاصه، یک محقق افکار عمومی، حداقل هفت سؤال مفهومی عمده را در نظر می‌گیرد تا بتواند در زمان جمع‌آوری و تفسیر افکار مشاهده شده آنها را بررسی کند:

۱- افکار مشاهده شده به طور دقیق درباره چه هستند؟ افکار به چه مواردی توجه دارند؟

۲- شقوق جایگزینی که پاسخ را شکل می‌دهند و یا محدود می‌سازند، چه هستند؟

۳- پاسخ‌ها تا چه حد حساب شده و مهم است؟

۴- چگونه این افکار سازمان یافته است و در صورت فقدان سازمان، چگونه می‌توان آن را با سایر دیدگاه‌ها سازمان داد؟

۵- این افکار با چه شدت و میزانی از اطمینان مورد پذیرش است؟

۶- آنها در یک کنش سیاسی متعهدانه چه فرصت‌هایی را به وجود خواهد آورد؟

۷- این افکار در کدام بافت قابل تصور اجتماعی شکل می‌گیرند و بیان می‌شوند؟

رسیدن به پاسخ‌های مناسب برای این سؤالات به هیچ وجه ساده نیست؛ بلکه آنها به هنگام مشاهده و تلاش برای تدوین افکار فردی در یک تصویر ترکیبی از افکار عمومی، به شدت پیچیده به نظر می‌آیند. در فصل چهارم به این مسأله اشاره خواهم کرد.

یادداشت‌ها

۱- به موارد متعدد دیگری از نگرش و افکار می‌توان اشاره کرد که به صورت متعامل مورد استفاده قرار گرفته اند. به عنوان مثال، برسون و اشنایز در ۱۹۶۴ اشاره دارند که مفاهیم افکار، نگرش، عقاید در ادبیات موضوع معنای تثبیت شده‌ای ندارند. اما آنها به طور عام به اولویت‌های یک فرد در مورد این یا آن سوی موضوعات جدل برانگیز در قلمروی عموم اشاره دارند؛ مثل یک موضوع سیاسی، یک ایده مذهبی، یک موضوع اخلاقی، یک ذوق زیباشناسانه و یک عملکرد (مثل این که بگویم چگونه کودکان راتریت کنیم). در مورد چنین مسایلی افکار، نگرش‌ها و عقاید، قضاوت‌هایی عقلانی و یا احساسی هستند. بنابراین، در این جا من تلاش خواهم کرد تا میان افکار، نگرش‌ها و عقاید به شیوه‌ای تمایز قابل شوم که هم با روند مورد استفاده در قبل سازگار باشد و هم برای اجتناب از اختلال مفهوم به اندازه کافی روشنی و دقیق باشد. با این همه، باید خاطر نشان کرد که رئوس مفهومی که در این جا ارایه می‌شود، از آن چه که به طور سنتی در هر تحقیق روزانه بیان می‌گیرد، فاصله دارد.

۲- تررستون در سال ۱۹۲۸ تأکید کرد که افکار می‌تواند شاخص‌هایی ناقصی از نگرش‌ها باشد؛ زیرا در بعضی از مردم احساس‌های واقعی خود را پنهان می‌کنند. این امر، یک شکاف میان مفهوم افکار و نگرش‌ها را مطرح می‌سازد که به آن چه بعداً توسط وایب (۱۹۵۳) مطرح شد، شباهت زیادی دارد.

تورستون، با مدنظر قراردادن و علاقه مندی به معنای نگرش در مورد تمایز میان افکار - نگرش، قبل از هر چیز به دیدگاه روابط موقت شناسانه بین مشاهدات تجربی [افکار] و ارجاعات مفهومی مشاهده نشده (نگرش‌ها) می‌اندیشد. تحلیل وایب رابطه تئوریک بنیادی‌تری میان این دو مثابه مفاهیمی واحد پیشنهاد می‌کند.

۳- البته مردم کم و بیش در مورد هر چیزی می‌توانند افکاری داشته باشند، اما در تعریف ما در این جا درامتداد، عمل عمومی به قضاوت درباره اعمال و یا اعمال پیشنهاد شده مورد علاقه عمومی محدود می‌شود. این موارد را می‌توان از افکار خصوصی تشخیص داد که به هیچ شکلی به نگرانی‌ها و علایق عموم ربطی ندارند. چنین تعریفی، به معنای آن هست که افکار عمومی نیازمند آن است که فقط درباره موضوعات سیاست دوست علاقه نشان دهد. تا آن جاکه قضاوت‌ها بابعضی از موضوعات مرتبط به نگرانی‌های جمعی ارتباط می‌یابد، تحت این تعریف یک افکار عمومی است. ماهیت بیان تا زمانی که قابلیت تبدیل به کلمات را به آسانی داشته باشد، الزاماً نباید شفاهی باشد.

۴- همان طور که در بالا عنوان شد، در مورد این تمایز اخیر میان افکار و نگرش اشتراک نظر گسترده‌ای میان محققان افکار وجود ندارد و یا حداقل در کاربرد روزانه به وضوح منعکس نشده است. یکی از دلایل استفاده یکسان از دو واژه افکار و نگرش این است که این دو - در تمام زمینه‌ها - به لحاظ تجربی قابل تمایز نیستند. به عبارت دیگر، به دلیل این که ما برای ارزیابی نگرش به طور عام به مقیاس‌های افکار متکی هستیم، چگونه می‌توانیم بگویم که آنها از هم جدا شوند؟ آیا مقیاس نگرش می‌تواند متفاوت از مساله افکار است؟ به طور حتم مقیاس‌های فیزیولوژیک، مثل واکنش‌های سریع حسی، انقباض مردمک چشم و یا کنش ماهیچه‌ای چهره معمولاً با افکار مختل نمی‌شود، اگرچه هر یک از آنها برای اندازه گیری نگرش به کار گرفته می‌شوند. با این همه ما در این جا با میل می‌پذیریم که تمایزات مفهومی کشیده شده میان افکار و نگرش‌ها را باید در قالب تمایزهای عملی دقیق عنوان کرد. از سوی دیگر، ممکن است اختلال‌های منتج شده ناشی از تفسیر افکار به عنوان نگرش باشد که اصولاً برای مفهوم متاخر تاریخ ثئوریک آن در روان شناسی اجتماعی است. به عنوان مثال، فرد تعجب می‌کند که آیا انتظارات ثبات عمومی در افکار فردی زایل کردن آن بسیار مشکل می‌نماید، باعث شده است تا محققان مستقیماً افکار را بانگرش‌ها معادل قلمداد نکنند. به نظر می‌رسد که در تاریخ خود مفهوم افکار آن چنان که در مبادله، بحث و گفتگو ریشه دوانده است حمایت چندان از این، انتظارات نشده با این همه، به عنوان یکی از مسایل عمده تحقیق نمایان شده است.

۵- اگرچه کانوری با استفاده از اصطلاح عقیده، همانند سایر دانشمندان علوم سیاسی که به مطالعه نظام‌های عقیده توده‌ای پرداخته اند، به شکل که در این جاتوصیف شده است، دست به تحلیل سازمان افکار می‌زند.

۶- این گفته بدان معناست که واکنش‌های مقدماتی در مقابل یک مسأله جدیدالزاماً حاوی تردید خواهد بود. اگر یک مسأله خاص نگرش‌های قوی را پدیدآورد که با قوت به سوی یک واکنش خاص تمایل دارد، در این حالت ممکن است افکار اولیه قدرتمندانه و خصمانه باشد. اما به طور حتم برای بسیاری از مسایل واکنش‌های مقدماتی حاوی مقداری تردید است. ممکن است پیشرفت از مرحله عدم اطمینان به سمت افکاری شفاف شده، فرایند معمول ساخت افکار را توضیح دهد.

۷. با این همه شومان و پرسه در ۱۹۸۱ اشاره دارند که این تحقیق به صورت دوره‌ای انجام شده است. در طول دهه ۱۹۴۰ مطالعات تجری متعددی درباره عبارت بندی سؤال و شکل سؤال انجام شده است. این مطالعات نشان داد توزیع نهایی پاسخهای سؤالات می‌توانند حتی بر اثر تغییرات ناچیزی در عبارت بندی تغییر یابند. حتی اگر در کل نتوان مسئله را درک کرد به صورت چیزی می‌توان عنوان کرد که اثرات به شکل گسترده‌ای نشان می‌دهد که در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ تحقیقات تجری بسیار کمتری در مورد بررسی سؤال و جواب‌ها صورت گرفته است. در واقع فقط در اواسط دهه هفتاد بود که محققان دوباره به صورت نظامند توجه خود را به تحصیل اثرات انواع عبارت بندی سؤالات نظم و گزینه‌های پاسخ‌ها معطوف کردند.

۸- معمولاً مشاهده شده است که گفتگوی عمومی دوجانبه است و افکار عمومی اگرچه در ابتدا سازمان نیافته است، اما سرانجام در امتداد خطوط دوقطبی ساده می‌شود و به دوجایگزینی در حال رقابت تبدیل می‌گردد. این مطلب که آیا افکار به گونه‌ای طبیعی در ماهیت دوقطبی هستند، زیاد موضوع تحقیق قرار نگرفته است، اما در عین حال، حداقل شواهدی وجود دارد و مبنی بر این که ساختارهای شناختی موجود در نگرش و افکار به طور معمول از نظر شکلی دوقطبی هستند.

۹. جایگزینی ساده‌تر استفاده از سؤالات جداگانه و نامتوازن (umbalanced) است که در مورد موافقت نسبت به یک موضوع خاص پرسیده می‌شود. (مثال: آیا فکر می‌کنید

که مردان و زنان باید نقش یکسانی داشته باشند؟) و این کاربرجای اجبار به انتخاب بین دو جایگزینی متوازن صورت می‌گیرد. اما این سئوالات غیرمتوازن تابع مسایل متفاوتی است که عموماً تحت عنوان بله گویی (yes - saying) یا پاسخ با رضایت معروف هستند. یعنی مردم تمایل دارند تا با عبارات موافقت کنند. بدتر این که افراد پاسخگوی کمتر تحصیل کرده با احتمال بیشتری در مقایسه با تحصیل کرده‌ترها به رضایت تن می‌دهند و بطورنظام مندی در توزیع افکار در مورد چنین سئوالاتی دارای جهت گیری هستند. و در واقع فائق آمدن بر «بله گویی» در مقابل سئوالی بود که به پذیرش امکان سئوال متوازن (balanced question forms) منجر شد. شواهد حاکی از آن است که سئوالات نامتوازنی که پاسخ‌های بله یا خیر و موافق یا مخالف را مورد استفاده قرار می‌دهد، معمولاً نتایجی کاملاً مشابه با سئوالات متوازن ایجاد می‌کنند اگرچه می‌توان از مقیاس‌های پاسخ‌های موافق یا مخالف به خوبی اجتناب نمود، البته با این فرض که این پاسخ‌ها به ویژه تابع جهت گیری رضایت هستند. همچنین شواهدی وجود دارد مبنی بر این که مجموعه‌ای از سئوالات بخش بخش متوازن، مردم را در درون مقولات «بسیار، کاملاً قرار می‌دهند که به رغم وقت گیر بودن آنها در مقایسه با سایر سئوالات قابل اتکاترین نتایج را دارا هستند.

۱۰. انتخاب میان سئوالات باز و بسته مساله مهمی را مطرح می‌سازد. تقریباًشکی وجود ندارد که انتخاب خاص پاسخ‌ها برای سئوالات باز و بسته می‌تواند نتایج را محدود نماید. اما همچنین این مورد نیز هست که سئوالات باز می‌تواند پاسخگویان را چه از طریق عدم موفقیت در بیادآوری آنها در بطن پاسخ‌هایی برگزیده از طریق آگاه نکردن آنها از طیف کاملی از جوابهای مجاز محدود نماید. به عنوان مثال پاسخ گویان نسبتاً کم سواد، ممکن است نتوانند به طور همزمان ساختاری یک شکل به سئوالات باز بدهند و و یا به نحوی که افراد پاسخگوی باسوادتر و یا محققان عمل می‌کنند، به انجام این کار بپردازند.

۱۱. این نکته نیز جالب است که افزایش سهم پاسخ‌های نمی دانم نقشی در تاثیرگذاری بر سهم نسبی افراد در موافقت یا مخالفت با پیشنهادات خاص ندارد.

۱۲. شواهدی وجود دارد مبنی بر این که افراد در پاسخگویی به سئوالات پیمایشی به طور پنهان خود را حتی در سئوالات مربوط به رفتار بی ضرر با افراد دیگر مقایسه می کنند. مثل مقدار زمان تماشای تلویزیون. شوارتر پس از مطالعاتی که در مورد پاسخ های جایگزینی مربوط به سئوالات پیمایشی نتیجه گرفت که طیفی از پاسخ هایی که ارائه می شود، به طور عام توسط پاسخگویان مورد تفسیر قرار می گیرد، آن هم به شیوه ای که توزیع پاسخ ها را در جهت عام منعکس سازد. همان طور که شوارتر در ۱۹۹۰ اظهار می دارد، «فرض بر این است که نهایت های (extrems) مقیاس بیانگر نهایت های توزیع هستند و به نظرمی رسد ارزش های موجود در وسط مقیاس منعکس کنند، رفتارهای معمول یا متوسط می باشند.» بنابراین پاسخ گویان از مقیاسها به مثابه چارچوب اجتماعی ارجاع در ارزشیابی دماسنجی های خودشان سود می جویند. آنها ممکن است به سمتی گام بردارند که استنباط های مختلفی درباره خودشان داشته باشند و این کار از طریق مقایسه جوابهای خودشان با توزیع موجود به طیف مقیاس پاسخ هاصورت می گیرد (به عنوان مثال اگر آنها خود را در استناد به جمعیت عام یک تماشاگر افراطی و بیش از حد تلویزیون تلقی می کنند ممکن است اظهار نمایند که تلویزیون برای آنها اهمیت دارد.

فصل چهارم

آفرینش مفهومی فرایندهای افکار عمومی

درآمد

در تحلیل‌های مربوط به افکار عمومی، تا این مرحله جنبه‌های فردی و جمعی افکار عمومی از هم جدا شده‌اند و ما به ترتیب آنها را کم و بیش به طور مستقل در طول دو فصل آخر بررسی خواهیم کرد. هرچند این نظم ارایه مطلب در آفرینش مفهومی افکار عمومی از روندی تاریخی پیروی می‌کند و به عنوان یک روش یافتاری سازمان یافته مفید عمل می‌کند، اما تمایل بر این است که از یک شیوه دو وجهی برای این تحلیل استفاده شود. در حقیقت، نمی‌توان در تحقیق جنبه‌های فردی و جمعی، افکار عمومی را به طور کامل کنار گذاشت.

بدون شک، در آفرینش مفهومی افکار عمومی، یک تغییر عام از جنبه جمعی به فردی وجود دارد.^۱ این تغییر، تا حدودی بیان گر دوری جستن از اندیشه‌های ذهنی و پیچیده تحقیقاتی پیرامون افکار عمومی، به عنوان یک کل پیچیده ارگانیک و حرکت به سوی رویکردی بسیار انعطاف پذیر است؛ رویکردی که با یک نمونه معرف از افکار فردی برحسب تمامی محدودیت‌ها و سختی‌های او صورت می‌پذیرد.^۲ این موردی است که

1. Carey, 1978, price & Robrts, 1987, p. Converse, 1987

2. P. Converse, 1987

نظریه پردازان طرفدار ذهنیت جمعی سعی داشتند تا مفهوم سازی را از بالا به پایین انجام دهند. محققان تجربی تلاش کردند تا آن را مرحله به مرحله، همان گونه که بود، از پایین به بالا سازمان دهند. همچنین، این روند منعکس کننده تلاش های منصفانه ای است که با در نظر گرفتن بی طرفی و سنجش انتخابی نظرات عموم در برابر ادعاهای خودپرداز و ذهنی در مورد افکار عمومی مقابله می کند. امروزه اغلب محققان به ارزش اطلاعات پیرامون افکار در سطح فردی واقف هستند. این گونه اطلاعات، با تحقیقات پیمایشی، به عنوان یک ابزار اولیه برای مطالعه افکار عمومی جمع آوری می شوند. با وجود این، هنوز تعدادی از محققان معتقدند که درک نظری افکار عمومی و روش عمل آن در جامعه، مستلزم توجهات لازم نسبت به فرایندهای گروه های گسترده ای است که در آنها افکار فردی شکل می گیرند و بیان می شوند. تحلیل گران افکار عمومی به تناوب در تلاش برای درک فرایندهای سیاسی در مقیاس های گسترده، با مشکلات و چالش های بسیاری مواجه می شوند؛ از قبیل گردآوری افکار عموم مورد مسایل مشترک، گفتمان پیرامون پیشنهادات سیاست رقابتی، پیدایش مسایل و شکل گیری ائتلاف میان نخبگان سیاسی که زیر چتر ائتلافات گسترده تر میان حامیان و منتقدان عموم تماشاگر قرار می گیرد. با این همه، در خلال کوشش برای مشاهده این فرایندها، محققان به طور اجتناب ناپذیری با نیاز به درک پدیده های فردی مواجه شدند؛ یعنی عطف توجه به امور عمومی، تعیین این مطلب که کدام مقوله از نظر شخصی یا اجتماعی مرتبط است، کسب اطلاعات، شکل گیری افکار در اذهان مردم و ترجمه آن به صورت اقدام سیاسی.

۱- جنبه‌های فردی و جمعی

تحقیق در افکار عمومی، همیشه باید به گونه‌ای، حد واسط میان علایق فردی و جمعی را مدنظر قرار دهد. شاید یک تحقیق میدانی دو شاخه‌ای اجتناب ناپذیر، شامل تحقیقی باشد که در آن می‌توان هم از افرادی استفاده کرد که پیرامون فرایندهای جامعه شناسی مطالعه می‌کنند و هم از افرادی که گرایش‌های روان شناسانه دارند و پیرامون افکار فردی تحقیق می‌کنند. در واقع، ظاهراً اغلب علوم اجتماعی به صورت ویژگی‌های خاص تکامل می‌یابند.^۱ با این همه، همان طور که ایلو^۲ در سال ۱۹۸۶ اشاره کرد، گرایش به سمت جدایی میان تئوری و تحقیق در سطح جمعی و فردی و دنبال کردن آن به صورت مستقل: می‌تواند تحلیل رفتار سیاسی را محدود سازد و به تسریع این تمایلات منجر شود ۱- اتخاذ یک الگوی کاهش گری^۳ به منظور تلاش برای بیان کامل پدیده‌های جمعی برحسب فرایندهای فردی؛ ۲- اعتقاد به دیدگاهی که گروه‌ها و جمع بودن را لزوماً و تا حدودی به صورت کامل در نظر می‌گیرد و آنها را تنها برحسب ویژگی‌های درونی و کیفیت‌های فرافردی بیان می‌کند.

پذیرش چنین تقسیمی موجب می‌شود تا ما نتوانیم به طور همزمان^۴ و جدی عمل فردی و جمعی را در نظر بگیریم. همان طور که ایلو اشاره کرد، عمل گروهی و رقابت‌ها، به یک باره با اعمال اعضای فردی در چارچوب گروهی پدیدار می‌شود. برای مثال، وقتی یک کمیته پذیرش دانشجویی پیرامون شایستگی یک درخواست کننده بحث می‌کند، افکاروی را مشخص می‌سازد و سپس تصمیم به پذیرش آن دانشجو می‌گیرد. در واقع، تصمیم گروهی، همزمان با تفکرات فردی، شکل‌گیری افکار و تصمیم‌گیری در چارچوب کمیته آشکار می‌شود. در یک مقیاس بزرگ‌تر،

تصمیم یک جامعه برای وضع یک مالیات جدید به منظور ساخت سرپناهی برای افراد بی خانمان به طور هم زمان با بسیاری از اقدامات فردی، مانند توجه کردن، فکر کردن، صحبت کردن و تصمیم گرفتن، آشکار می شود که هر کدام از این اقدامات با عمل کالدهای عمومی در چارچوب انجمن به اجرا در می آید. بسیاری از واحدهای متفاوت، اعم از فردی و جمعی، با هم عمل می کنند. در جریان این عمل جمعی، یک نوع رابطه دو جانبه مداوم میان رفتارهای فردی و ساختارهای اجتماعی که این رفتارها در آن چارچوب به وقوع می پیوندد، وجود دارد. همان طور که چافی^۱ اشاره می کند، این اعمال فردی است که به ویژگی های ساختارهای سیستم های سیاسی روح می بخشد و به نوبه خود این دومی رفتارهای فردی را میسر می سازد.

ما ممکن است بتوانیم افکار عمومی را به مثابه مفهومی در نظر بگیریم که از فرایندهای جمعی پدیدار شده است. اما بدون جمع آوری اطلاعات درباره افراد در چارچوب عموم و چگونگی رفتار آنها، عقاید ما درباره فرایند شکل گیری، عموماً حالت حدسی خواهد داشت. از طرف دیگر، تحقیقی که به عقاید فردی محدود است، در واقع، رفتار افراد را در جمع بررسی می کند و در عین حال، بررسی رفتار جمعی را نادیده می گیرد.^۲ برخی از شیوه ها، فرایندهای افکار عمومی را، برای مشاهده، اندازه گیری و تحلیل، قابل لمس می سازند و این کار را می توان بدون تجزیه کامل آن به فرایندهای افکار فردی جداگانه صورت بخشید. بدون تظاهر به در اختیار داشتن راه حلی ساده برای این معضل، می توانیم جنبه های فردی و جمعی افکار عمومی را در یک روش بسیار منسجم مدنظر قرار دهیم.^(۱) به جای این که هر کدام از این مسایل را به تنهایی بررسی کنیم،

1. Chaffee, 1975

2. See Eulau, 1986

می‌توانیم آفرینش مفهوم فرایند ارتباطات^۱ را در نظربگیریم که در درون آن عموم تشکیل شده است و در بطن عموم، افکارپیرامون مسایل عمومی شکل گرفته اند. مفهوم مباحث عمومی، همان طور که در فصل اول بدان اشاره کردیم، ارتباط تنگاتنگی با مفهوم افکار عمومی دارد. با وجود این، مقوله‌های گفتگو و بحث، گرچه در توصیف ارتباطات میان فردی و شکل گیری افکار در گروه‌های کوچک رو در رو^۲ مسأله ساز نیستند، اما ممکن است در هنگام تسری به فرایندهای شکل گیری افکار عمومی در مقیاس‌های بزرگ‌تر نیازمند بیان و توصیف باشد. در این جا سعی داریم تا به دقت اشکال بحث و گفتگو^۳ را که بخش بزرگ‌تر و نامتجانس عموم را مشخص می‌کنند (از قبیل عموم آمریکایی) و انواع مختلفی از واحدهای ترکیبی، اعم از فردی و جمعی را که به فرایند وارد می‌شوند، بررسی کنیم. همچنین، برخی از روش‌هایی را که محققان افکار سعی دارند تا با آنها گفتگوهای عمومی را مشاهده کنند، مرور می‌کنیم.

۲- اندیشه گفتگوی عمومی

همان طور که در فصل دوم متذکر شدیم، افکار، به واسطه مسایل مشترک شکل می‌گیرد و یا ما ممکن است بگوییم مردم هنگامی عموم را می‌سازند که روش‌های پاسخ گویی به یک مسأله مشترک را مدنظر قرار می‌دهند. زیرا عموم، مجموعه‌ای پویا است که در طول زمان با بحث پیرامون یک موضوع یا رابطه میان اعضای عمل کننده‌ای که به طور دایم در حال تغییر هستند، سازمان می‌یابد. اصطلاح گفتگوی عمومی^۴ سعی دارد به توصیف توده‌های مردمی بپردازد که به صورت عموم سازمان می‌یابند؛ مردمی که مشکلات را تشخیص می‌دهند، عقاید متضادی پیرامون آن چه انجام

1. Communication Processes

2.Face-to- Face Groups

3.Discussion and Debate

4.Public Debate

می‌دهند، پدیدار می‌سازند، شقوق جایگزین رامدنظر قرار می‌دهند و همچنین سعی می‌کنند تا موضوع را با دستیابی به یک اتفاق نظر در زمینه سمت و سوی فعالیت‌های مردمی حل و فصل نمایند. چگونه می‌توان این فعالیت را تجسم بخشید؟

پویایی تصمیم‌گیری‌های گروهی^۱

پویایی جمعی شکل‌گیری و تغییر افکار به آسانی در سطوح میان فردی یا گروه‌های کوچک قابل درک است؛ زیرا در این سطوح، مفاهیم گفتگو و بحث به طور مستقیم کاربردی است. روان‌شناسان اجتماعی در طول زمان شیوه‌های واکنش‌های مردم را برای حل عدم موافقت‌ها در موقعیت‌های ارتباطاتی رو در رو و به ویژه به هنگام اثرگذاری اجتماعی نسبت به این وضعیت‌ها بررسی کردند.^۲ موسکویچی^۳ در سال ۱۹۸۵ عنوان می‌کند که اثرگذاری اجتماعی، ریشه در برخوردها دارد و برای رسیدن به یک وفاق اجتماعی تلاش می‌کند. زمانی که در یک گروه برخوردی صورت می‌گیرد، اعضا سعی می‌کنند تا آن را کاهش دهند یا با بحث آن را کنترل کنند. در نتیجه، آنها می‌توانند وفاق گروهی را دوباره برقرار سازند و یا وفاق‌های جدیدی ایجاد نمایند. برخورد میان اعضای گروه موجب ایجاد بحث و گفتگو و در نتیجه، شکل‌گیری و تغییر افکار در گروه می‌شود. تلاش‌هایی که برای حل عدم توافقات صورت می‌گیرد، هم متقاعدساز و هم تحقیقی است؛ طوری که مردم پیرامون مسأله‌ای کندوکاو می‌کنند، عقایدشان را درباره آن مسأله انعکاس می‌دهند و عقاید، افکار و انگیزه‌های دیگر را در نظر می‌گیرند. موسکویچی عنوان می‌کند

1. Dynamics of Group Decision Making

2. Lewin, 1948, Cartwright & Zander, 1953

3. Moscovici

که این فرایندهای ارتباطاتی و تغییر افکار، برای بقای گروه‌ها ضرورت دارد؛ زیرا به مجموعه‌ها اجازه می‌دهند تا خود را با شرایط اجتماعی جدید انطباق دهند (مقایسه کنید با الگوی مفهومی از عموم که در فصل دوم در مورد آن بحث کردیم).

تحقیق پیرامون تصمیم‌گیری‌های گروهی، وابستگی متقابل میان جنبه‌های جمعی و فردی ناشی از شکل‌گیری افکار استدلالی را بیان می‌کند. روابط درون گروهی، مثل عدم توافق جاری، می‌تواند در تعیین شیوه‌ای که بر پایه آن اثرگذاری اجتماعی و تصمیم‌گیری‌های فردی پیش می‌رود، مهم و حایز اهمیت باشد. برای مثال، وقتی یک نظر تثبیت شده اکثریت به مبارزه طلبیده می‌شود، کسانی که از این نظر انحراف پیدا کرده‌اند، به شرط آن که هر یک از اعضای اکثریت این احساس را داشته باشند که عمیقاً برای اجرای هنجارها متعهد هستند، تحت فشار قرار می‌گیرند تا خود را با آن وفق دهند.^۱ از سوی دیگر، وقتی موضع اشخاصی که از هنجارها منحرف شده‌اند، به شدت از سوی اقلیت حمایت شود و اکثریت نیز تعهد محکمی نسبت به موضع خود نداشته باشد، به طور مسلم امکان شکل‌گیری عدم اطمینان در مورد صحت هنجارها در ذهن اعضای اکثریت وجود خواهد داشت و به نوبه خود این عدم اطمینان می‌تواند به گرایش تمام گروه به سمت اقلیت منجر شود.^۲ مشخصات دیگر گروه، مانند پراکندگی افکار ناشی از جناح‌های متفاوت، در سطح فردی نیز دارای مفاهیم رفتاری است. زمانی که نقطه نظرات بسیاری بیان شوند، اما هیچ یک به طور قوی مورد قبول قرارنگیرند و یا اکثریت دقیقی را به وجود نیاورند، تمایل اعضا در این است تا خود را با

فرایند میانگین گروهی^۱ همراه سازند و یا توافقی حاصل نمایند. با این همه، وجود اختلافات گسترده میان یک اکثریت مشخص و جناح‌های اقلیت، موجب می‌شود که اکثریت تا حدودی که میسر است، تلاش کند در اقلیت تأثیر بگذارد.^۲ وقتی مخالفت‌ها بیش از حد زیاد باشند، ممکن است تلاش برای تأثیرگذاری اجتماعی به طور کامل متوقف گردد و اعضای منحرف شده از گروه، منزوی شوند و یا گروه را ترک کنند.^۳

در هر یک از این حالات، مشخصات مختلف جمع، مثل سابقه وجود یک هنجار گروهی، میزان شدت وابستگی اکثریت به نظریاتش و یا میزان شکاف میان اکثریت، اقلیت، با الگوهای متفاوتی از واکنش‌های رفتار فردی، مثل افزایش یا کاهش ارتباط و تغییر در اطمینان و شدت، همراه است. این واکنش‌های رفتاری، همان گونه که از نامش پیداست، به نوسازی روابط در سطح گروهی کمک می‌کند. برای مثال، اخراج اعضای منحرف از گروه، تجدید ساختار افکار، تغییر عقیده به سمت یک هنجار جدید گروهی و...؛ در جریان مباحث گروهی، دو پدیده مرتبط به هم اتفاق می‌افتد؛ اول این که عقاید، با ایجاد ذخیره‌ای از چارچوب‌های مشترک ارجاعی پیرامون مسایل و مشکلات و پیشنهاد برای حل آن مسایل در قلمرو عمومی گروه متمرکز می‌شوند؛ دوم این که اعضا، به این عقاید و یا پیشنهادات، به صورت خصوصی و یا علنی پاسخ می‌دهند. آنها ممکن است با یکی از پیشنهادات هماهنگ شوند و براساس آن به نفع یا علیه سایر اعضای گروه موضعی اتخاذ کنند. گفتگو امکان آن را فراهم می‌آورد تا این فرایندها به وقوع بپیوندند. عقاید و اطلاعات به واسطه بحث و گفتگو مبادله می‌شوند و گروه را قادر می‌سازد تا در صورت وجود رقابت، نکات ارجاعی برای

1. Process of Group Averaging (Moscovici, 1985)

2. Schachter, 1951

3. Festinger, 1950

ساخت مسایل موجود درکی مشترک داشته باشند. همچنین، بحث به مثابه واسطه‌ای برای بیان و مذاکره پیرامون هماهنگی‌های افکار درون گروهی عمل می‌کند.

حتی در سطح یک گروه کوچک، حل عدم توافقات به وسیله بحث، همیشه (و یا شاید حتی به طور معمول) مساوات طلبانه نیست. تفاوت در قدرت و الگوهای ارتباطی ممکن است برای یک عقیده ارزش فوق‌العاده‌ای قایل شود. (به فرض در یک کمیته پذیرش، ممکن است رئیس کمیته دارای این قدرت باشد) و در همان حال، سایر افکار (به فرض جدیدترین و کم تجربه‌ترین اعضای گروه) را قبول نداشته باشد. ویژگی‌های ساختاری گروه می‌تواند سطوح متفاوتی از همکاری و مشارکت را به وجود آورد. برای مثال، برخی از جدیدترین اعضای گروه ممکن است باتوجه و علاقه مباحث را دنبال کنند، اما ساکت و کم حرف بمانند. یک عضو ممکن است دقت زیادی درباره بعضی از موضوعات داشته باشد (برای مثال، پذیرش متقاضیان محروم و فقیر) و در نتیجه، در مباحثی که پیرامون آن مسایل به وجود می‌آیند، عمیقاً شرکت کند. با این همه، ممکن است همان شخص در مورد سایر مسایل مشارکت خیلی کمتری داشته باشد. به عبارت دیگر، حتی در گروه‌های کوچک، تمایز میان بازیگران و تماشاچیان (فصل دوم)، برای درک پویایی شکل‌گیری و تغییر افکار حایز اهمیت است.

گفتگوهای عمومی در محیط‌های بزرگ‌تر اجتماعی

تحلیل گران، اغلب اصطلاحاتی چون بحث و گفتگو را برای شکل‌گیری افکار عمومی در مقیاس بزرگ‌تر به کار می‌برند. با این همه، بایستی در مقایسه میان گروه‌های رودررو با گروه‌های بزرگ‌تر نهایت دقت و توجه را به کار برد. الگوی مفهومی عموم، به عنوان یک گروه درگیر در بحث، معمولاً

توجه ما را به سمت فرایندهای وابسته به هم در شکل گیری افکار عمومی معطوف می‌دارد. این امر، ممکن است در خطوط بسیار کلی، با آن چه ما در گروه‌های ارتباطی کوچک‌تر یافتیم، مشابه باشد.^۱ اما وظیفه ما در توضیح این فرایندهای ارتباطی بسیار کوچک، حداقل از دو جهت بسیار پیچیده است:

اول این که ممکن است طیف گسترده‌ای از افراد در گروه‌ها نقش ایفاکنند و عملاً نیز نقش‌های بسیار متفاوتی داشته باشند و توصیف‌ها و تحلیل‌های مشکلی نیز انجام دهند. اعضای عموم، به عنوان مثال عبارت‌اند از: سیاست‌گذاران منفرد، کمیته‌های دولتی، گروه‌های سازمان یافته فشار، اعضای گروه‌هایی که کمتر به طور مستقیم در مسایل دخالت دارند و فعالیت کمتری از خود نشان می‌دهند؛ برای مثال، نامه نویسان، کمک‌کنندگان و طیف گسترده‌ای از اعضای پراکنده و پی‌گیر که با علاقه مسایل را دنبال می‌کنند و تنها با رأی دادن و یا نظرسنجی به مشارکت‌های مستقیم کشیده می‌شوند پیرامون بسیاری از مسایل، بخش عمده‌ای از جمعیت هرگز درگیر چنین مسایلی نمی‌شوند یا میزان مداخله آنها آن قدر ناچیز است که تأثیری روی نتیجه نمی‌گذارد.

دوم این که ابزارهای ارتباطی که در مباحث عمومی به کار گرفته می‌شود، کاملاً متفاوت هستند. بنابراین، گفتگوهای غیررسمی به صورت پراکنده و نه چندان مداوم در میان اعضای فردی عموم وجود دارد و گاه گاهی نیز محیط‌های رسمی‌تر برای بحث، توسط نهادهای آموزشی و دولتی آماده می‌شود. رسانه‌های گروهی هم با وجود ماهیت کمتر تعاملی که دارند، وجه اشتراک و تغییرات محدودی را میان گروه‌های متفاوت ایجاد می‌کنند.

از نظر تکنولوژی‌های به کار رفته برای ایجاد ارتباط، تفاوت فاحشی میان عموم در مقیاس گسترده و گروه‌های کوچک‌تر رو در رو وجود دارد. عموم بزرگ که از نظر جغرافیایی پراکنده نیز هستند، بیشتر به اشکال نظام مند مشارکت‌های جمعی نیاز دارند که در چارچوب سازمان‌ها و احزاب سیاسی رسمی شکل گرفته باشد تا روابط درست بر مبنای ائتلاف‌های درون فردی. این سازمان‌ها می‌توانند افکار عمومی مردم عادی را به اطلاع مقامات بالاتر یا نمایندگان که مسئولیت عمل از طرف مردم را به عهده دارند، برسانند. آنها همچنین می‌توانند به مثابه کانال‌هایی، افکار نخبگان را برای اطلاع رسانی، متقاعد ساختن و فعال کردن اعضای عموم بادقت به سطوح پایین‌تر، یعنی مردم، انتقال دهند. توده‌های گسترده، نیازمند ابزارهای نظام مندتری برای تبادل عقاید هستند تا بتوانند مجموعه‌ای از ملاحظات مشترک را در بعد عمومی برقرار سازند. این کار، نه تنها باید با مباحث آزاد، بلکه با جمع آوری و توزیع عقاید سازمان یافته و مبادله به واسطه وسایل ارتباط جمعی (برای مثال، سرمقاله‌ها، نامه‌ها و نظرسنجی‌های پیمایشی) تحقق پذیرد.

تکیه بر رسانه‌های گروهی برای مباحث عمومی، تعصب و جهت گیری‌هایی را به وجود می‌آورد که در گروه‌های کوچک وجود ندارد. شرکت کنندگان در مباحث رو در رو نیاز ندارند تا برای فراگیری درباره چیزی که در حال انجام است یا پیام‌های مورد نظر و دنبال کردن مذاکرات گروهی، به واسطه‌هایی تکیه کنند. با این همه، کانال‌های وسایل ارتباط جمعی که به مثابه واسطه‌ای برای مباحث عمومی عمل می‌کنند، بسیار متفاوت هستند. رسانه‌های خبری، با وجود تلاش‌های قابل توجه‌ای که برای ارائه گزارشات عینی صورت می‌دهند، در تعیین نوع پیام‌های مورد نظر گزینشی عمل می‌کنند. دارندگان وسایل ارتباط جمعی، در کنار نقش تسهیل کننده‌ای که در جمع آوری و مبادله افکار دارند، نقش مستقیم‌تری

را در تلاش برای شکل دهی و قالب ریزی افکار عمومی عهده دار هستند. نخبگان رسانه‌ای، تنها انتقال دهندگان غیرفعال اطلاعات و مباحث عمومی نیستند، بلکه آنها شرکت کنندگان فعالی نیز به شمار می‌روند (به بحث عملکرد همبستگی رسانه در ذیل مراجعه شود).

اصطلاحات بحث و گفتگو، احتمالاً توانسته است برای مبادله اطلاعات در سالن‌های پاریس در قرن هجدهم نیز کاربرد داشته باشد. اما آنها در بهترین حالت، استعاره‌های سستی برای توصیف روش‌های ارتباطات جمعی بسیار سازمان یافته در فضاها، جمعیتی مدرن هستند. مکانیزم انتخاباتی برای دموکراسی‌های متکی بر نمایندگی و احزاب سیاسی، در میان اولین ترتیباتی هستند که تکامل پیدا کردند (فصل اول). این نهادها، با شکل‌های تعاملی تری، مانند مبارزه به وسیله نوشتن تومار، انتخابات و دیگر مکانیزم‌های بازخوردی سریع، تکمیل شده‌اند.^۱ با این همه، با وجود چنین ابزارهای پیچیده ارتباطاتی، برقراری وابستگی‌های متقابل نوشتاری در میان تمامی اعضای یک توده جمعیتی گسترده، به روشنی همان شیوه موجود در میان گروه‌های محلی کوچک، ممکن نیست.^۲ تکنولوژی‌های ارتباطی نوین ممکن است موجب افزایش آگاهی توده‌های مردم شده باشد،^۳ اما هنوز به ایجاد هیچ فضایی که همه بتوانند به طور مشخص در چارچوب دموکراسی از راه دور^۴ (تلویزیون) قرار بگیرند، نزدیک نشده است.

۳- بازیگران سیاسی، روزنامه نگاران و عامه حساس

اگرچه الگوهای رهبری، حتی در مباحث گروهی کوچک، هم خود را نشان می‌دهد، اما تفاوت میان رهبران و پیروان — مثل بازیگران و تماشاچیان

1. See Beniger, 1986

2. Price & Roberts, 1987

3. Cooley, 1909

4. Teledemocracy, See Arterton, 1987

سیاسی - یکی از اساسی‌ترین صفات ساختاری ناشی از مباحث عمومی در گروه‌های بزرگ است (فصل دوم). بازیگران سیاسی یا نخبگان، کسانی هستند که می‌کوشند تا تفاوتی را در رفتار جمع ایجاد کنند. بازیگران، چه در درون و چه در بیرون سیستم سیاسی بنیان یافته، معمولاً به شکل گروه‌های فشار سازمان یافته‌اند و مسایل عمومی را در ابتدا با تنظیم کردن و سپس حمایت کردن سیاست‌های جایگزین پدید می‌آورند.

مباحث عمومی در ابتدا به بحث میان بازیگران سیاسی رقیب^۱ برمی‌گردد که به وسایل ارتباط جمعی رأی عامه مردم بادقت به نمایش گذارده می‌شود تا آن را مشاهده و در مورد آن فکر کنند؛ البته در این جا کمتر این هدف دنبال می‌شود که مردم را به خود ملحق سازند. گرچه دخالت عامه فعال و از جمله دست اندرکاران مطبوعات در جهت تنظیم یک طرح قابل قبول برای عمل و متقاعد کردن دیگران نسبت به شایستگی خودشان است، اما برخورد ارتباطی تماشاچیان در عامه بادقت قبل از هر چیز شامل تفکر پیرامون چیزی است که می‌خوانند و می‌بینند. این امر، در شکل‌گیری و بیان (گاهی اوقات) افکار در سؤالات نیز مشهود می‌شود.

تماشاچیان ممکن است به دلایل متعدد به سمت عموم کشیده شوند؛ یعنی آنها ممکن است به طور ویژه‌ای نسبت به موضوع ویژه‌ای که در دستور قرار دارد، علاقه مند شوند، بنا به عادت اخبار را دنبال کنند، صحبت درباره امور عمومی را دوست داشته باشند و یا به طور تصادفی جذب یک وضعیت اجتماعی شوند که در آن افکارشان پیرامون مسأله متمرکز می‌شود (برای مثال مکالمه در هنگام کار).

عامه به مثابه تماشاگر

هرچند ممکن است اندازه نسبی عامه بادقت و فعال براساس مسایل متفاوت تغییر کند، اما تعداد تماشاگران پیرامون هر مسأله مفروض بیشتر از بازیگران است. ما می‌توانیم چشم‌انداز مخاطب را عبارت از اکثریت عمده‌ای فرض کنیم که هوادار بحث‌های عمومی باارزش و در خور توجه هستند. کری^۱ در سال ۱۹۷۸، تحت‌الشعاع قراردادن عامه را به مثابه قلمروی برای گفتگوهای فعال در جامعه مدرن قلمداد می‌کند. طبق نظری، وسایل ارتباط جمعی، مردم اهل مطالعه،^۲ یعنی گروهی که به شیوه‌های عقلایی و انتقادی با هم صحبت می‌کنند را به مخاطبان خواننده و شنونده تبدیل کرده است.^۳ اما این ویژگی ساختاری در توده‌های عامه گسترده‌تر، خوب یا بد، تقریباً چیز تازه‌ای نیست. برای این مسأله را در سال ۱۸۸۸ مورد توجه قرار داد. وی این گونه بحث می‌کند که یاری توده‌ها به دولت دموکراتیک، همانند شیوه‌ای که در میان رهبران وجود دارد، آن چنان متکی بر عقاید و سیاست‌های رقابت‌آمیز نیست. این ایده‌ها و سیاست‌ها، به مثابه احساسات^۴ درباره رهبران، اعمال، رفتار و پیشنهادات آنها مشاهده می‌شود. که به هنگام آشکار شدن به وسیله رأی دادن، تظاهرات، نوشتن نامه و یا سایر ابزارهای ارتباطی، رفتار بازیگران را محدود می‌سازد.^۵

در همان اثر، لانگ و لانگ^۶ اظهار می‌دارند که افکار موجود در میان افراد بادقت، به طور اساسی بیان نکوهش یا ستایش است که هدف آن افراد و گروه‌های فعال در سیاست است. البته می‌توان گفت که عامه مردم

1. Carey

3. See Also Mills, 1956

5. Bryce, 1888

2. Reading public

4. Sentiment

6. Lang & Lang, 1983

بادقت، چیزی بیش از تنها یک مخاطب است؛^(۲) زیرا اعضای آن، نه تنها با توجه مسایل را دنبال می‌کنند، بلکه با تفکر پیرامون موضوع موردنظر به آن یاری می‌رسانند. عامه مردم بادقت، مخاطبانی هستند که به اندازه کافی درباره موضوعی که می‌بایست پیرامون آن فکر کنند، دقت دارند تا بفهمند دیگران چگونه فکر می‌کنند و از این راه به ایده‌هایی درباره آن چه که باید انجام شود، دست یابند. در واقع، این قبول عقاید است که اعضایش را مشخص می‌سازد (فصل سوم).

قدرت سیاسی عامه مردم، بادقت گاه گاهی، به طور مستقیم مثل انتخابات به اجرا گذاشته می‌شود. اما این عمل به طور غیرمستقیم و بسیار پیوسته نیز با تصورات بازیگران سیاسی که در برابر مخاطبان نقش ایفا می‌کنند و کسانی که کارایی خود را در دنیای سیاست با شاخص‌های واکنش عمومی می‌سنجند، اجرا می‌گردد. بیکر این گونه استدلال کرد که ایده افکار عمومی، به طور عمده به عنوان یک نوآوری سیاسی در قرن هجدهم پدیدار شد. این ایده، به مثابه منبعی از قدرت تلقی می‌شد که برای سیاست یا پیشنهادی مفروض ایجاد مشروعیت می‌کند. از آن هنگام، نخبگان از افکار عمومی به مثابه یک اسلحه متکی بر معانی بیانی در مباحث سیاسی استفاده می‌کنند. بازیگران تلاش می‌کنند که به تفسیر افکار در بطن عامه بادقت پردازند. شاید آنها به همین اندازه در تلاش برای شکل دادن و هدایت آن نیز سرمایه‌گذاری می‌کنند.^۱ هرچند ممکن است نخبگان برای سیاست‌هایشان نیاز به حمایت گسترده و همه جانبه‌ای نداشته باشند، اما اغلب حداقل نیاز به یک شاخصی دارند تا مخالفتی غیرقابل حل در برابر دلایل آنها پدید نیاید.

پیشنهادهای بازیگران سیاسی زمانی ارزش بیشتری پیدا می‌کند که با

شواهدی همراه شود مبتنی بر این که عامه مردم هم در کنار آنها قرار گرفته اند و یا تعداد قابل توجهی از مردم، حتی اگر در اکثریت نباشد، از آن پیشنهاد حمایت کنند. برای مثال، درصدهای تأیید عامه می تواند منبع مهمی برای تأثیرگذاری ریاست جمهوری در کنگره (آمریکا) باشد. بنابراین، قدرت سیاسی عامه مردم بادقت، نه در کاری که انجام می دهند، بلکه در تصور بازیگران سیاسی از آن چه ممکن است انجام شود، نهفته است.^۱

نقش روزنامه نگاران

روزنامه نگاران، با پوشش دادن به حوادث سیاسی و نظارت بر فعالیت بازیگران سیاسی، عامه مردم بادقت را قادر می سازند تا حول و حوش مخالفت های نخبگان شکل گیرند. از این نظر، رسانه، عملکرد نظارت گرانه را برای مخاطبان شان عهده دار می شود. این عملکرد نظارتی^۲ مطبوعات شاید برجسته ترین خدمت عمومی باشد که به رسانه های خبری نسبت داده می شود و خدمات زیادی به وسیله آن صورت می گیرد.^۳ این امر به طور عام، از نام های انتخابی روزنامه هایی که دربرگیرنده مکرر لغاتی چون نگهبان،^۴ ناظر،^۵ ندای خلق،^۶ مشاهده گر^۷ و آگاهاننده^۸ است، منعکس می شود.

روزنامه نگاران، به عنوان نمایندگان ناظر، سعی می کنند تا عامه مردم را نسبت به مسایل هوشیار کنند. آنها تلاش می کنند تا اخباری درباره رفتار نخبگان سیاسی، از قبیل اعمال، مقاصد مفروض و مخالفت های درونی شان

1. Price & Roberts, 1987, Key, 1961, Lang & Lang, 1983

2. Surveillance

4. Sentinel

6. Clarion

8. Intelligencer

3. See Lass Well, 1948

5. Monitor

7. Observer

را به اطلاع مخاطبان خود برسانند. در انجام این کار، گزارش گران، مکانیزم اصولی برای نظارت بر محیط سیاسی در اختیار عامه مردم بادقت قرار می‌دهند؛ هرچند که ممکن است آنها توسط عوامل سازمانی، صنفی و نهادی محدود شوند.^۱ در مجموع، مطبوعات، به طور عمده برای کسب خبر به بازیگران سیاسی وابسته اند که بیشتر آن نیز به واسطه روابط عمومی‌های ماهر به صورت بیانیه‌های مطبوعاتی، مصاحبه‌ها و کنفرانس‌های خبری در اختیار روزنامه نگاران قرار می‌گیرد.

روزنامه نگار، با کمک به عامه بادقت برای هماهنگ کردن واکنش‌های درونی نسبت به محیط سیاسی، نقش عملکرد هماهنگ سازی^۲ را به عهده دارد؛^۳ یعنی رسانه‌های خبری، با گردآوری عقاید و نظریات متضاد موجود در میان توده مردم بادقت، به اعضای خود گزارش می‌دهد که سایرین چگونه فکر می‌کنند و از این راه به سازمان دادن واکنش‌های جمعی کمک می‌کنند. شرام^۴ در سال ۱۹۶۴ این عملکرد را با شوراهای قبیله‌ای در جوامع کمتر توسعه یافته مشابه برشمرد، که به منظور هماهنگ ساختن اعمال یک روستا خواستار نقطه نظرات و شقوق مختلف بحث هستند.

هرچند رابرت و پرایس در سال ۱۹۸۷ این ساختار را به عنوان *آنحدآرا*^۵ از سوی رسانه‌های خبری برشمردند، اما این مهم، نه تنها با رأی‌گیری عمومی، بلکه با ارسال نامه به سردبیر، مصاحبه‌های خیابانی و دیگر شیوه‌های مشخص سازی غیررسمی افکار عمومی به اجرا در می‌آید. به طور خلاصه، رسانه‌ها به عامه مردم بادقت امکان می‌دهند تا عملکرد

1. E.G., Breed, 1955, Roshco, 1975, Ettema, Wackman, 1987

2. Correlation

3. See Lasswell, 1948

4. Schramm

5. Poll-Taking

بازیگران سیاسی را پی جویی کنند (نظارت) و از این راه واکنش‌هایشان را نسبت به آنها سازمان دهند (همبستگی).

روزنامه نگاری، همچنین این دو عملکرد را همان گونه که برای نخبگان اجرا می‌کند، برای توده مردم فعال نیز انجام می‌دهد. با این همه، اصطلاح مشخص اخبار یا تفسیرها می‌توانند بسته به چشم انداز خاص یک نفر، به مثابه تماشاگر یا بازیگر، در این فرایند عملکردهای متضادی داشته باشند. شخصیت پردازی رسانه‌ای از افکار در درون عامه مردم بادقت (که به ایجاد همبستگی میان پاسخ‌های درونی اش کمک می‌کند)، به طور همزمان وسیله‌ای برای نظارت نخبگان محسوب می‌شود. این کار، با کمک به آنها برای دریافت واکنش‌های عامه مردم بادقت انجام می‌شود. بازیگران توجه زیادی به اخبار دارند تا دریابند که شیوه عملکرد آنها چگونه است. میزان همکاری وسایل ارتباط جمعی برای هماهنگ ساختن واکنش‌های نخبگان نسبت به مسائل، از شفافیت کمتری برخوردار است، اما این امر، از اهمیت عمده آن در فرایند کار نمی‌کاهد. اخبار درباره سایر بازیگران سیاسی می‌تواند برای نخبگان فضای مناسبی برای فراگیری درک و واکنش در برابر یکدیگر مهیا سازد. نخبگان سیاسی، نه تنها برای تماس با حامیان و مخالفانشان در میان عامه مردم بادقت، بلکه برای گفتگو میان خود، از وسایل ارتباط جمعی سود می‌جویند. اطلاعیه‌هایی که آنها به ظاهر خطاب به عامه مردم منتشر می‌کنند (از قبیل کنفرانس‌های مطبوعاتی و توسل به مردم به وسیله رسانه)، اغلب به عنوان پیامی برای سایر نخبگان در نظر گرفته می‌شود.^۱

بنابراین، اخبار رسانه‌ها ابزارهای عمده‌ای مهیا می‌کنند که به وسیله آنها اعضای یک مجموعه مردمی با هم تعامل برقرار می‌کنند. شاید مهم‌تر

1. See-e.g., Lang & Lang, 1983, Linsky, 1986

از همه این است که، روزنامه نگاری، به بازیگران سیاسی و تماشاگران امکان می‌دهد تا در برابر هم واکنش نشان دهند. اخبار می‌تواند گزارش‌های مداومی از آن چیزی که در سطح سیاست بر دوش نخبگان است را آشکار نماید. این کار، به معنای ایجاد نظارت برای عامه مردم بادقت و همچنین ایجاد همبستگی میان عامه مردم فعال است. روزنامه نگاران، چگونگی واکنش مخاطبان نسبت به نقش نخبگان در سیاست را نیز ثبت می‌کنند (همبستگی برای عامه مردم بادقت و نظارت برای بازیگران). رسانه‌های خبری، همانند مورد انتخابات، رأی دادن واحزاب سیاسی، احتمالاً در شرایط امروز رسانه‌ها، برجسته‌ترین مکانیزم‌هایی به حساب می‌آیند که به عامه مردم امکان می‌دهند تا فعالیت‌های خویش را دنبال کنند.

همان طور که گفته شد، رسانه‌ها، چیزی فراتر از عوامل مشترک برای مباحث عمومی محسوب می‌شوند. آنها در کنار فراهم سازی کانال‌هایی که به واسطه آن سایر بازیگران می‌توانند پیام‌های خویش را به عموم انتقال دهند، به نخبگان رسانه‌ای امکان می‌دهند تا دیدگاه‌های خویش را با تحلیل‌های سیاسی جانب دارانه و یا تأیید مطالب سردبیری از سیاست‌ها و نامزدهای انتخاباتی انتشار دهند. این نقش فعال رسانه‌ها، به ویژه روزنامه‌ها، به واسطه جانب داری‌های سیاسی از مجریان شبکه، ناشران، تهیه کنندگان و یا روزنامه نگاران معمولی^۱ باعث می‌شود تا نگرانی‌های مداومی پیرامون جهت گیری در اخبار و ستون‌های سردبیری پدیدار شود. منتقدان محافظه کار، اغلب رسانه‌ها را به جهت گیری‌های لیبرالی متهم می‌سازند. این کار بر پایه تحقیقاتی صورت می‌گیرد که نشان می‌دهد روزنامه نگاران، به ویژه آنهایی که در رسانه‌های نخبه گرا کار

می‌کنند، به طرز نامتناسبی لیبرال هستند.^۱ اما اصول عملکرد روزنامه نگاری، محدودیت‌های سخت و دقیقی علیه گرایش‌های خبرنگاران به وجود می‌آورد و موضوع ایجاد تمایلات لیبرالی در پوشش خبر واقعی، بسیار سخت‌تر است. وقتی مطلبی به نوشته‌های سردبیری برمی‌گردد که چنین ساختاری در مقابل جهت‌گیری‌ها وجود ندارد، به سهولت می‌توان موارد مخالف را برای جهت‌گیری‌های محافظه کارانه مدنظر قرار داد. بررسی حمایت روزنامه‌ها از کاندیداهای ریاست جمهوری برای مثال از سال ۱۹۷۲ نشان می‌دهد که یک الگوی ثابت حمایتی قوی‌تری، بیش از آن چه عملاً در گرایش‌های حزبی یا الگوهای رأی‌گیری عامه انعکاس می‌یافت، از نامزدهای جمهوری خواه وجود داشته است.^۲

منتقدان، همچنین به نگرانی‌های دیگری درباره توانایی مطبوعات در انجام موفقیت آمیز نقش نظارتی و همبستگی آنها اشاره می‌کنند. درنگاه برخی از ناظران، مطبوعات بیشتر به جلب توجه مردم علاقه مندهستند و بیشتر در این زمینه موفقیت دارند تا این که بخواهند به عنوان یک ناظر مؤثر بر امور عمومی یا محلی برای مباحث آزاد عمل کنند.^۳ لاسول این گونه بحث می‌کند که رسانه‌ها، انباشت توجهات^۴ را خیلی راحت‌تر از جلب توجه و دخالت دادن عموم مردم در امور سیاسی انجام می‌دهند. لازارسفلد و مورتون^۵ در سال ۱۹۸۴ پیرامون سوء عملکردهای اعتیادآور^۶ وسایل ارتباط جمعی به تفکر و مطالعه پرداختند. آنها این گونه فرض کردند که جریان مداوم شایعات خوشایند درباره امور عمومی،

1. e.g., Lichter & Rothman, 1981, See Also Noelle-Neumann, 1984

2. Stanley & Niemi, 1988

3. Lasswell, 1948, Lazarsfeld & Merton, 1948, Carey, 1978, Bagdikian, 1985

4. Attention Aggregates

5. Merton

6. Narcotizing Dysfunction

ممکن است به مردم امکان دهد تا در ایفای نقش خود به عنوان تماشاگر ثبات بیشتری پیدا کنند.

روزنامه نگاری، با تأکید بر وحدت، غیرمعمول بودن و تازگی ممکن است در جلب توجه مخاطبان موفق شود، اما در واقع احتمال دارد مشارکت و فعالیت عموم را سرکوب سازد. همچنین، ممکن است مطلع بودن یا تخدیر درونی^۱ را جایگزین علاقه مندی و مشارکت فعال گرداند.^{۲(۳)}

همان طور که دیوی^۳ در سال ۱۹۲۷ گفت، محور اصلی کار روزنامه نگاری، هرچند مشکل به نظر آید، در ابتدا جلب توجه دیگران و سپس فعال ساختن عموم مردم است؛ یعنی همان چیزی که لیپمن آن را تا حدی به عنوان چالش غیرممکن در نظر گرفته بود.

۴- مشاهده افکار عمومی

علاقه به فرایند مباحث عمومی، نگرانی در مورد کیفیت آن و سؤالاتی پیرامون نقش آن در سیاست گذاری، طیف گسترده‌ای از کاربردهای تحقیقی خاص را تغذیه می‌کند. کاربرد تحقیق افکار عمومی در شکل نظرسنجی تجاری، خود یک مشارکت نهادینه شده در مباحث عمومی به شمار می‌رود. علایق اصلی عملی در تحقیق تجاری، بر آماده سازی مخاطبان رسانه یا مشتریان سیاسی نخبه استوار است که آن نیز به نوبه خود بر پایه اطلاعات به موقع و دقیق حاصل از نظرسنجی در مورد مسائل روز قرار دارد. باوجود این، در این زمینه علایق هنجاری نیز وجود دارد. برخی از نظرسنجان مجبور شدند تا مصرف کنندگان خود را در مورد حساسیت‌های نظرسنجی‌ها نسبت به خطاها آموزش دهند و بنابراین،

1. Inside Dopester

2. Riesman & Glazer, 1948

3. Dewey

به منظور کمک به مفیدتر کردن چهارچوب مباحث عمومی، طراحی نظرسنجی‌ها را عهده دار شدند.^۱ محققان آکادمیک، اهداف روش شناسانه و تئوریکی متفاوتی را به این موارد افزودند؛ از قبیل درک تفاوت‌های ظریف مقیاس افکار، درک شکل‌گیری و تغییر افکار عمومی، فراگیری شیوه تأثیرپذیری آن در محتوای رسانه‌های گروهی (نتایج آرای منتشر شده) و درک جامع نقشی که در شکل‌گیری سیاست‌بازی می‌کند. این محققان، صرف نظر از انگیزه‌هایشان، در مشاهده افکار عمومی، فرایند شکل‌گیری و تغییر آن در جریان مباحث عمومی، علایق اساسی دارند. اگرچه هر دو گروه محققان افکار، آکادمیک و تجاری، به شدت به روش‌های ساده نظرسنجی تکیه داشتند، اما آنها، بسته به اهداف خاص موجود، از سایر تکنیک‌های مشاهده‌ای نیز استفاده می‌کردند.

شاخص‌های افکار عمومی از منابع بسیاری منتج می‌شود که در درون یکی از این سه مورد قرار دارد:

۱- مصاحبه‌های دارای ساختار (هدایت شده):^۲ جمع‌آوری شرح حال افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها که به طور عمده در نمونه‌های معرف پیمایشی و همچنین در محیط‌های تجربی مورد استفاده قرار می‌گیرد؛

۲- تحلیل محتوای خط مشی سیاسی:^۳ اعلامیه‌های سازمانی، مکاتبات خصوصی یا اخبار و ستون سردبیری؛

۳- مصاحبه‌های عمیق:^۴ یا گفتمان‌های گروهی نسبتاً بی ساختار^۵ (هدایت نشده) با مقامات دولتی، نخبگان سازمانی، فعالان و گروه‌های مورد نظر.^۶

1. Crespi, 1989, Cantril, 1991

3. Content Analyses of Political Platform

5. Unstructured Group

2. Structured Interviews

4. In - Depth Interviews

6. Focused group

اگرچه هیچ یک از این مشاهدات برای شرح کلیت افکار عمومی به عنوان هدفی که آگاهی ما را به طور چشمگیری افزایش دهد، ناکافی و ناکارآمد نیستند، اما هریک از آنها می‌توانند به روش‌های متفاوتی برای بررسی افکار عمومی در یک زمان مفروض و نیز طی گذشت زمان کمک کند. هر مشاهده، تصویری از افکار عمومی است که از زاویه‌ای متفاوت گرفته می‌شود. این تصاویر به ما امکان می‌دهند تا قسمت‌های متفاوت یک فرایند عام را مشاهده کنیم. این که کدام تصویر از مجموعه تصاویری که می‌گیریم، به بهترین شکل می‌تواند معرف افکار عمومی باشد، بستگی به هدف ما دارد؛ یعنی این که آیا ما می‌خواهیم فرایند سیاسی را نسبت به نظر اکثریت بیشتر پاسخ گو نماییم، طیفی از مباحث عمومی را گسترش دهیم،^۱ چارچوب‌های ارجاعی مردم را برای امور سیاسی درک کنیم^۲ و یا مشخص کنیم که عقاید چه کسانی در هدایت سیاست تأثیرگذاری بیشتری دارد.^۳

بکارگیری اطلاعات پیمایشی

یکی از استفاده‌های اصلی از اطلاعات پیمایشی، توصیف خلاصه‌ای از افکار عمومی است. در این زمینه، عام‌ترین توصیفی که به کارگرفته می‌شود، عبارت از تعیین سهم مخالفت یا موافقت مردم با یک پیشنهاد و کاندیدا در هنگام مواجه شدن با نوع سؤالات موافق یا مخالف است.

با این همه، درصدی از پاسخ دهندگان نظرسنجی که از برخی از سیاست‌ها یا کاندیداها حمایت می‌کنند، تنها یک جنبه افکار عمومی را نمایان می‌سازد. این بدان معناست که تنها یک جهت، مخالف یا موافق،

1. Gallup & Rae, 1940

2. Gamson & Modigliani, 1989

3. Dahl, 1961, Key, 1961, Cook et al, 1983

می‌توانند یک بعد از افکار را در سطح فردی مشخص کنند. بسیاری از متغیرهای دیگر را نیز می‌توان با تحقیقات پیمایشی مشاهده کرد. برای مثال، تشابه تقریبی سطح جمعی به عدم اطمینان سطح فردی ممکن است اندازه مخالفت یا آگاهی تلقی شود. در این زمینه، نمونه‌های افکار فردی و توزیع آن افکار در درون هر جامعه که در طیفی از مقیاس‌های کاملاً موافق تا کاملاً مخالف رده بندی شده اند را تصور کنید. وضعیت مخالفت عمیق در درون یک جامعه، شکل توزیع نظریات افراد را به صورت U نشان می‌دهد که براساس آن می‌توان گفت در این گروه نیمی از افراد کاملاً مخالف و درست به همان اندازه کاملاً موافق هستند. از طرف دیگر، وضعیت آگاهی در جامعه دوم را ممکن است توزیعی به شکل زنگوله در نظر گرفت که در آن تمایل به مرکز نسبتاً زیاد است و تعداد اندکی از افراد در دو طرف مقیاس قرار گرفته اند. ما قصد نداریم بگوییم که این جوامع در بیان عقایدشان وضعیت‌های مشابهی دارند؛ اگرچه متوسط یا میانگین موقعیت‌ها می‌تواند در هر دو گروه تقریباً شبیه به هم باشد.

آن قدر که یک موضوع حاوی تفسیرهای متعدد محتمل است، چندان حاوی مفاهیم رقابتی افکار عمومی نیست. در این زمینه، تعداد متنوعی از مقیاس‌ها وجود دارد که می‌توان نه تنها افکار فردی، جهت‌گیری موافق یا مخالف آن، بلکه سطح حمایت اطلاعاتی، شدت، ثبات، اهمیت و غیره را نیز شرح داد (فصل سوم). این اطلاعات را می‌توان در تحقیق افکار عمومی، نه تنها برای مطالعه شیوه‌های تکامل و تغییر افکار در سطح فردی، بلکه برای تشریح میانگین افکار و تغییرات آن در طی زمان نیز استفاده نمود. میانگین نمونه‌های تجربی افکار عمومی ممکن است از هریک از این طبقه بندی‌ها یا ابعاد تحلیلی منتج شود؛ البته به شرط آن که با مقیاس‌های مناسب نظرسنجی جمع‌آوری شده باشند.^(۴) تعادل حمایت در یک جامعه برای

دو طرف یک مسأله را نه تنها می‌توان برحسب درصدهای نسبی بیان، حمایت یا مخالفت افراد از پیشنهادات خاص تحلیل نمود (این کار را می‌توان به صورت گزارش نظرسنجی نمونه ارایه داد)، بلکه به وسیله سطوح مقایسه‌ای شدت افکار، اطمینان یا میزان فعالیت‌های سیاسی قابل مشاهده در هر دو طرف مسأله نیز می‌توان انجام داد.^۱

منطقی که برای تمرکز بر هر ویژگی خاص افکار عمومی وجود دارد، از نگرانی‌های تئوریک بنیادین ریشه می‌گیرد. برای مثال، برخی از تحقیقات افکار عمومی تنها روی افکار فردی متمرکز نیستند، بلکه بردستور کارهای موضوعی یکپارچه،^۲ یعنی موضوعاتی که درباره آن اندیشه می‌کنند، تمرکز دارند.^۳ تحقیقاتی که براساس دستور کار موضوعی صورت می‌گیرند، به بررسی این مطلب می‌پردازند که تا چه اندازه توجه افراد به مسایل خاص، به حجم پوشش خبری اختصاص یافته بر موضوعات بستگی دارد.^۴

محققان، در مطالعات پیرامون نادیده انگاری کثرت گرایانه،^۵ تصورات مردم را در مورد نظرات سایرین جمع آوری کرده‌اند تا بتوانند فضای فکری تصور شده را در مقایسه با توزیع عملی افکار بیان نمایند. این امر، امکان توصیف یک موقعیت نسبتاً پیچیده را فراهم می‌آورد؛ تا حدی که جمع بتواند به درستی موقعیت‌های فکری خویش را ملاحظه

1. Schuman & Presser, 1981, Recall, Chapter 4

2. Issue Agendas

3. Cohen, 1963

4. Cohen, 1963 Mc Combs & Shaw, 1972, Weaver, Graber, Mc Combos & Eyal, 1981, Iyengar &

Kinder, 1987, Iyengar, 1990

5. Pluralistic Ignorance

نماید.^۱ تحقیق دیگر توجه خود را معطوف به سطح برخوردهای فکری در جوامع کرده است که این مهم، با ساختار آن جوامع ارتباط دارد.^۲ به طور خلاصه، محققان می‌توانند بسیار بیشتر از فقط جهت گیری‌های کلی موقعیت‌های فکری جمع را توصیف کنند؛ به گونه‌ای که بیشتر آنها سعی دارند تا درباره افکار فردی بدانند تا این که بگویند مردم برای کدام بخش مقبولیت قایل هستند.

اگرچه توصیف افکار عمومی بر مبنای نظرسنجی، به طور عمده بر اطلاعات جمع آوری شده از افراد در مطالعات جمعیتی عمومی مبتنی است، اما نظرسنجی‌های پیمایشی لزوماً به این نوع کاربرد محدود نیستند. گروه‌هایی از قبیل سازمان‌های تجاری یا صنفی که ممکن است در شکل گیری افکار عمومی نقشی ایفا کنند، می‌توانند به واسطه سخن‌گویان رسمی خود^۳ یا اعضایشان مورد بررسی واقع شوند.^۴ نخبگان سیاسی که تنها سهم بسیار کوچکی از یک نمونه جمعیت عام را شامل می‌شوند، می‌توانند به طور مستقل مورد بررسی قرار گیرند. برای مثال، محققان درباره سردبیران روزنامه‌ها،^۵ کارشناسان افکار سیاست خارجی،^۶ رهبران تجاری،^۷ بوروکرات‌های دولتی^۸ و گروه‌های پرنفوذ^۹ سیاسی نیز مطالعاتی انجام داده‌اند. میلر و استاک^{۱۰} در سال ۱۹۶۳ درباره انتخابات کنگره‌ای سال ۱۹۵۸، اعضای حاضر در کنگره و چالش گران آن مطالعاتی صورت دادند. این

1. O'Gorman, 1975, Fields & Schuman, 1976, O'Gorman with Garry, 1976, See Also the Spiral of Silence, Noelle-Neumann, 1984, And Third-Person Effect, Davison, 1983

2. Tichenor, Donohue & Olien, 1980

3. Namenwirth, Miller & Weber, 1981

4. Granberg, 1984

5. Olien, Tichenor, Donohue, Sandstorm & Mc

Leod, 1990

6. Rosenau, 1963

7. Russett & Hanson, 1975

8. Jennings, 1969

9. Lobbyists (Milbrath, 1963)

10. Miller And Stokes, 1963

تحقیق، باتوجه به مسایل موجود در مبارزات و تصورات ناشی از افکار سازنده آنها و همچنین عقاید این افراد در مورد عوامل تأثیرگذار بر آرا صورت پذیرفت. بنابراین، می توان از تکنیک های بررسی برای ارزیابی بسیاری از صفات واحدهای متفاوت متعدد، اعم از جمعی یا فردی، که در فرایندهای افکار عمومی نقش دارند، استفاده کرد.

کاربرد تحلیل محتوا^۱

اگرچه تحقیق پیمایشی معمول ترین روش برای مشاهده و مطالعه افکار عمومی به شمار می رود، اما به هیچ وجه تنها روش نیست. به صورت طبیعی، وقوع نتایج فرعی ناشی از مباحث عمومی برای تحلیل گران، از زوایای مختلف مشاهدات آرام و بی جنبالی را فراهم می آورد. اطلاعاتی های رسمی، بیانیه ها، گزارشها و صورت جلسه های ملاقات های عمومی، برای مطالعه رفتار بازیگران سیاسی کاملاً مفید هستند. محتوای رسانه های توده ای را می توان به عنوان محرک های متقاعدکننده ای مورد بررسی قرار داد^۲ که واکنش های عمومی را به عنوان داده ای برای سیاست گذاری در برابر موضوعات^۳ و یا به مثابه گنجینه مشترکی از اطلاعات در قلمرو عمومی شکل می دهد.^۴ این مواد می توانند اطلاعاتی را ارائه دهند که با آن بتوان اطلاعات حاصل از مصاحبه های پیمایشی را تکمیل کرد. در تحلیل چنین محتوایی، معمولاً از روش های کمی استفاده می شود؛^۵ اما رویکردهای تفسیرگرانه دیگر نیز می توانند مفید باشند.^۶

تحلیل محتوای وسایل ارتباط جمعی در تحقیقات افکار عمومی نقش برجسته ای را ایفا می کنند. اگرچه آلپورت در سال ۱۹۳۷ به صراحت در

1. Using Content analysis

3. Cook et al, 1985

5. Holsti, 1969, Krippendorff, 1980

2. Fan, 1988

4. Ganson & Modigliani, 1989

6. Ganson & Modigliani, 1989

مورد خطر اشتباه گرفتن افکار منتشره در مطبوعات که او آن را سفسطه روزنامه نگاری می‌نامید، به جای افکار عمومی هشدار داد، اما با وجود این، وی اذعان داشت که گزارش‌های خبری و توصیف‌های سردیبری از افکار عمومی می‌تواند خود تقویت‌کننده^۱ باشد. به طور حتم، نباید از نظر مفهومی، دیدگاه‌های عنوان شده در رسانه‌ها را با دیدگاه‌های مخاطبان آنها اشتباه گرفت؛ اما در این زمینه دلایل خوبی برای تردید وجود دارد که مورد اول نقش عمده‌ای را در شکل‌گیری مورد بعدی ایفا می‌کند. طی دهه گذشته، محققان، به یادداشت‌برداری از روندهای کلی محتوای رسانه‌ها مبادرت ورزیدند و روابط آنها را نسبت به روندهای موجود در ارزیابی افکار مخاطبان به واسطه آرای صندوق‌ها مطالعه کردند.^۲ فن،^۳ الگوی پویایی عقاید^۴ - برگرفته از علوم زیست‌شناختی را پدید آورد تا بتواند نتایج آرای مبارزات انتخاباتی را از تحلیل محتوای مطالب خبری روزنامه «آسوشیتدپرس» استنتاج نماید. الگوی فن که در آن تأثیر پیام‌های منفی یا مثبت در مورد کاندیداها بر مبنای عواملی چون تعداد پیام‌ها در محیط‌های خبری و تعداد جمعیت مورد نظر برآورد شده است، ظاهراً توانست به پیش‌بینی‌های بسیار دقیقی در مورد نتایج آرا دست یابد. نتایج و روش‌های مجادله برانگیز وی پیرامون استقلال عمل افکار عمومی و این مسأله که آیا این مهم در واقع، رونوشت کم و بیش مکانیکی از افکار نخبگان است که توسط رسانه‌ها بیان شده، سؤالاتی را پدید آورد (فصل اول).

محققان افکار عمومی، همچنین، رویکردی بیشتر تفسیرگرانه نسبت به

1. Self-Reinforcing

2. Mackuen & Coombs, 1981, Page, Shupiro, Dempsey, 1987, Fan & Tims, 1989

3. Fan, 1988

4. Ideodynamic

تحلیل محتوای رسانه‌ها اتخاذ کردند تا از این راه به شیوه‌ای که رسانه‌ها با آن برای بحث‌های عمومی چارچوبی را تعیین می‌کنند، آگاه شوند. برای مثال، گمسون^۱ و مدیگلیان^۲ در سال ۱۹۸۹، مطالعات خود را پیرامون شناخت فرهنگ‌های دربرگیرنده موضوعات مختلف، متمرکز ساختند. به نظر آنها، هر موضوع برای خود نمایه‌ای از استعاره‌ها، تکیه کلام‌ها،^۳ توسل به اصول و امثال این موارد را دارد. شرکت کنندگان در مباحث عمومی با این موارد، نه به مثابه موضوعات فردی، بلکه به عنوان خوشه‌های طرح واره‌ای از عقاید یا بسته بندی‌های تفسیری^۴ روبرو می‌شوند. در واقع، از دیدگاه گامسون و مدیگلیانی، فرهنگ، یک موضوع حاوی دسته کاملی از بسته‌بندی‌های تفسیری است که برای مفهوم سازی در دسترس هستند.

آنها برای تحقیق درباره تحول این بسته بندی‌ها و فرهنگ‌های موضوعی، با دنبال کردن یک موضوع واحد در یک زمان مشخص توانستند طیف وسیعی از محتوای رسانه‌ها، از قبیل خبر شبکه‌های تلویزیونی، مقاله‌های نشریات خبری، تصاویر، یادداشت‌های سردبیری و ستون‌های مشترک روزنامه را تحلیل کنند.

بکارگیری تکنیک‌های پیمایشی کم ساختار^۵

تحلیل محتوا، همان گونه که دارای گونه‌های کیفی نسبتاً پرساختار^۶ و تفسیری‌تر است، تلاش می‌کند تا به بررسی تفکر عمومی بپردازد. در کنار اشکال پرساختار مصاحبه، از قبیل اشکال سؤالات بسته^۷ — که معمولاً در پرسش نامه‌های حاوی سؤالات متعدد یافت می‌شوند — محققان گاهی

1. Gamson

3. Catch-Phrases

5. Less-Structured Survey Techniques

7. Closed-Ended Questions

2. Modigliani

4. Interpretive Packages

6. More Structured

اوقات از رویکردهای کم ساختاری مثل مصاحبه‌های عمیق^۱ و گروه‌های مورد نظر^۲ استفاده می‌کنند.

توازن میان سؤالات دارای ساختار قوی که حاوی مقولات و پاسخی قطعی و از پیش تعیین شده هستند و مصاحبه‌های انعطاف پذیرتر که در آن چارچوب پاسخ‌ها و سؤالات به پاسخ گویان واگذار می‌شود، سال‌هاست که در تحقیقات افکار عمومی شناخته شده است.^۳ مورتون^۴ متذکر شد که مصاحبه‌های متمرکز^۵ در تحقیقات اولیه در مورد تأثیر رسانه‌ها، از قبیل تحقیق درباره مسابقات رادیویی، به کار گرفته شده اند^۶ تا بتوانند به شکل گیری تفسیر اطلاعات کمی حاصل از نظرسنجی‌های معرف کمک کنند.

هدف از مصاحبه‌های متمرکز، به طور عمده خلق عقاید و فرضیه‌های جدیدی بود که بعداً می‌بایستی با روش‌های مشخص‌تر، موضوع آزمون قرار گیرند. در چنین مواردی، روش‌های بیشتر تفسیری و کیفی، به مثابه مکمل به کار می‌روند تا این که جایگزینی برای تکنیک‌های پرساختار تلقی شوند.

تحقیق گروه مورد نظر، به ویژه در مطالعات پیرامون نگرش‌ها و رفتارهای مصرف کننده، رایج است؛^۷ اما در عین حال، در تحقیق افکار عمومی نیز کاربرد دارد. گروهی از مردم، برای بحث پیرامون یک موضوع خاص گرد هم آورده می‌شوند و واکنش‌های آنها ثبت و بررسی می‌شود. اگرچه این فنون معرف بودن، یعنی قدرت غیرقابل انکار در نظرسنجی‌های

1. Depth Interviewing

2. Focus Group

3. Skott, 1943, Link, 1943, Lazarsfeld, 1944, Merton & Kendall, 1946

4. Merton, 1987

5. Focused Interviews

6. Merton, Fiske & Curtis, 1946/1971

7. Calder, 1977

نمونه‌ای را قربانی می‌کند، اما پرسش نامه‌های باز^۱ درمورد گروه‌های مورد نظر می‌تواند به محقق کمک کند تا فرایندهای فکری مورد استفاده برای رسیدن به افکار گروه را درک کند.^۲ گامسون^۳ در سال ۱۹۸۸ گروه‌های مورد نظر را به عنوان بخشی از یک روش شناسی ساختارشناسانه^۴ برای ارزیابی افکار عمومی مورد تأیید قرار داد. وی گفت که محققان به برخی از روش‌ها برای آشکارسازی طرح‌واره‌های نهفته در برخی سبک‌ها نیاز دارند. این روش‌ها، ترجیحاً به ما امکان می‌دهد تا بتوانیم از فرایندهای فکری مربوط، به برداشتی کلی برسیم. این کار را می‌توان با مشاهده مباحثات گروه همسالان^۵ (فقط بحث‌های میان دوستان و آشنایان یک خانواده) تکمیل کرد؛ زیرا این افراد، توجه خود را معطوف به یک موضوع مورد علاقه می‌کنند که توسط یک تسهیل‌کننده^۶ هدایت می‌شود. رونوشت حاصل از این مباحث، بعداً توسط تحلیل گران تفسیر می‌شود تا آنها به نوبه خود دریابند که کدام یک از عناصر گفتگوهای رسانه‌ها می‌تواند به عنوان بخشی از ابزار عمومی^۷ برای آفرینش مفهوم امور عمومی مورد استفاده قرار گیرد.^۸

۵-مشاهده فرایند مباحث عمومی

صرف نظر از این که کدام تکنیک مشاهده‌ای به کار گرفته شود، مطالعه پویایی مباحث عمومی، یعنی روش کنش متقابل بازیگران و تماشاگران طی زمان، کاملاً هیجان‌انگیز است. بلومر در سال ۱۹۴۸ متهم شد که تحقیق افکار عمومی در این زمینه را کاملاً نادیده گرفته است. او با توجه

1. Open-Ended Questioning

3. Gamson

5. Peer Group

7. The Public's Toolkit

2. Hochschild, 1981, Graber, 1984

4. Constructionist Methodology

6. Facilitator

8. Gamson, 1988

به افکار فردی و کنار گذاشتن گروه‌های عملکردی^۱ و کانال‌های سازمان یافته تأثیرگذاری سیاسی، می‌پذیرد که نظرسنجان، نسبت به ماهیت عملکرد افکار عمومی در جامعه ما ذهنیتی نداشته اند. او پیشنهاد می‌کند که محققان باید به مطالعه در مورد سیاست مداران مبادرت ورزند تا بتوانند تعیین کنند که چه شکل‌هایی از بیان افکار توجه آنها را برمی‌انگیزد و براعمال آنها تأثیر می‌گذارد. بنابراین، تحقیق می‌تواند با پیگیری عقبه‌های این توصیف‌ها به واسطه کانال‌های مختلف خود آنها توسعه یابد. این کار، با توجه به کانال‌های اصلی، نکات کلیدی مهم و شیوه‌های شکل‌گیری هر توصیف مفروض و گزینش پشتوانه‌های سازمان یافته از چیزهایی که در ابتدا می‌بایست دارای شرایط نسبتاً به هم ریخته باشند، صورت می‌گیرد.^۲

هیمن^۳ به تحقیقات بلومر علاقه نشان داد. وی در تحقیقات خود در این زمینه عنوان می‌کند که اگرچه تحقیق پیرامون شکل‌گیری و تغییر افکار در تئوری روان‌شناسانه به دست آوردهای قابل توجهی نایل شد، اما چیز زیادی برای گفتن درباره فرایندهای اجتماعی، در مقیاس گسترده یا روابط میان افکار عمومی و فرایندهای دولت، نداشت؛ زیرا محققان، به ندرت اطلاعات سری زمانی را با پی‌گیری تکامل افکار عمومی درباره یک مسأله خاص یا تعامل میان افکار عمومی و سیستم سیاسی رسمی جمع‌آوری می‌کردند. وی متذکر شد که اطلاعات مربوط به آرای انتخاباتی تنها زمانی که مسأله‌ای از قبل مورد توجه قرار می‌گرفت و یا تاهنگامی که یک موضوع تأثیرگذار است، جمع‌آوری می‌شوند. داده‌های موجود در مراحل نخستین و پایانی مباحث عمومی، به طور عمده غیرقابل دسترس

1. Functional Groups

2. Blumer, 1948

3. Hyman, 1957

هستند (فصل دوم). برای پیشرفت تئوری افکار عمومی ما در طول تداوم موجودیت یک مسأله به اطلاعات نیاز داریم.^۱

از آن زمان در این رشته به روش‌های متفاوت نسبت به خواسته‌های بلومر و هیمن برای انجام تحقیق مبتنی بر فرایند جهت دار^۲ پاسخ‌گویی وجود داشته است. مثال در این مورد مطالعاتی است که توسط یک گروه تحقیقاتی میان رشته‌ای^۳ در دانشگاه «نورث وسترن»^۴ انجام شده است.^۵ آنها به طور نمونه با دنبال کردن گزارش‌های خبری تحقیقاتی در وسایل ارتباط جمعی شیکاگو، تأثیرگذاری آن را بر افکار عمومی و سیاست‌گذاری پی‌گیری نمودند. محققان، با در نظر داشتن مزایای ناشی از توجه پیشاپیش درباره گزارش‌های خبری محققانه در دست انتشار، در چند مرحله زمانی قبل و بعد از پخش یک مسأله در رسانه‌ها، به جمع‌آوری اطلاعات لازم پرداختند.^(۵) آنها در منطقه مرکزی شیکاگو به یک بررسی پیمایشی تصادفی دست زدند. این کار، با مصاحبه بانمونه‌های هدف‌مند مربوط به رهبران گروه‌های منافع، روزنامه‌نگاران و سیاست‌گذاران صورت گرفت. همچنین، این محققان، اسناد و مدارک قانونی، بودجه‌ای و نظارتی، پوشش رسانه‌ای، رونوشت جلسات رسمی دادگاه‌ها و سایر اسناد و سوابق را تحلیل کردند. برای مثال، محققان، به مطالعه درباره یک برنامه تلویزیونی در مورد فریب کاری و سواستفاده در مراقبت‌های بهداشتی در خانه، مقالات روزنامه‌های محلی در مورد تجاوز به عنف، دو گزارش تلویزیونی در مورد ظلم و قساوت پلیس و انهدام مواد شیمیایی سمی پرداختند. این

1. Hyman, 1957

2. Process-Oriented Research

3. Cook et al., 1983; Prottess, Leff & Zordon, 1985; Leff, Prottess & Brooks, 1986; Prottess et al., 1987

4. North Western

5. Cook et al., 1983; Prottess, Leff, Brooks & Gordon, 1985; Leff, Prottess & Brooks, 1986; Prottess et al., 1987

امر در هر مورد، بر تماشاگران، برگزیدگان سیاسی یا پیامدهای سیاسی تأثیر گذاشت، اما این اثرات به هیچ وجه در مورد همه مسایل یکسان نبودند. نقش افکار عمومی، به طور خاص، متفاوت بود.

گزارش‌های خبری که به نظر می‌رسید قوی‌ترین واکنش‌های سیاسی را - به فرض در مورد گزارش پیرامون تقلب در مراقبت‌های بهداشتی - برمی‌انگیزد، به طور عمده بدون مشارکت توده‌های مردمی فعال انجام شد. سیاست، حتی قبل از ارایه گزارش به عامه مردم، به وسیله تلاش‌های جمعی سیاست‌گذاران و روزنامه‌نگاران محقق تحت تأثیر واقع شد.^۱ باوجود این، وقتی برنامه از تلویزیون پخش شد، اثرات محسوسی را هم بر عموم مردم بادقت و هم در میان نخبگان سیاسی به جای گذارد. بنابراین، واکنش اولیه سیاست‌گذاران ممکن است در پیش‌بینی تأثیرگذاری موردانتظار برنامه، یعنی در مورد آن پیامدهایی که در طول کل برنامه متظرو قوعش هستیم، بازدارنده باشد.^۲

نتیجه: افکار عمومی به عنوان یک مفهوم ارتباطی

سؤالات پیرامون افکار عمومی، اعم از هنجاری، تئوریک و تجربی، دو قرن است که تداوم یافته و بدون شک ادامه خواهد یافت. در این کتاب، ما به جای بررسی پاسخ‌هایی که تاکنون ارایه شده‌اند، مفاهیم عام نهفته در این سؤالات را مدنظر قرار داده‌ایم. در این بازبینی قصد نداریم تا هیچ تعریف انفرادی از افکار عمومی ارایه دهیم، بلکه می‌خواهیم موضوعات اساسی موجود در نوشته‌های گوناگون را که از این مفهوم استفاده شده، مشخص سازیم.

1. Cook et al., 1983

2. See Davison, 1983

شاید برجسته‌ترین موضوع منفردی که از تحقیقات ما نمایان می‌شود، ارتباط نزدیک افکار عمومی با فرایند گفتگو، بحث و تصمیم‌گیری‌های جمعی باشد. این ارتباط در فصل اول، با نظرداشت منشأ افکار عمومی و تاریخچه اولیه آن به عنوان یک مفهوم سیاسی - فلسفی، دنبال شد. ارتباط این موضوع با بحث و گفتگو در فصل دوم، به وسیله انطباق و توضیح افکار عمومی به مثابه یک ساخت جامعه‌شناسانه تداوم پیدا کرد. در فصل سوم، در یک چارچوب محدودتری ساخت روان‌شناسانه مورد بررسی قرار گرفت. با فرض این پیوستگی، افکار عمومی، چه از نقطه نظر اصطلاح‌های فلسفی، سیاسی، جامعه‌شناسی و یا روان‌شناسی، به طور اساسی به عنوان یک مفهوم ارتباطاتی باقی ماند. فصل چهارم نشان می‌دهد که مباحث عمومی، به طور عمده به واسطه کنش متقابل میان بازیگران سیاسی نخبه و تماشاچیان بادقت آنها، به شیوه‌های متعدد و مهمی توسط مطبوعات تسهیل می‌شود.

مفهوم سازی افکار عمومی از نقطه نظر فرایندهای استدلالی، همانندآن چه در این کتاب بیان شد، نباید با توسل بر هر الگوی عامه مردم از تصمیم‌گیری‌های سیاسی اشتباه گرفته شوند. بنیان‌های دموکراتیک مفهوم افکار و به مقیاسی کمتر بنیان‌های دموکراتیک تصمیمات روزمره سیاسی غیرقابل بحث هستند؛ حتی وقتی که آنها خارج از مباحث عمومی شکل می‌گیرند. وقتی در مورد بحث‌ها صحبت می‌کنیم، متأسفانه کاربرد آن یک فرایند مفهومی استانداردتر و مساوات طلبانه‌تری را طلب می‌کند و این مورد، حتی در گفتگو بیشتر نیز می‌شود. تصمیماتی که بر افکار عمومی تکیه دارند، با انتشار و ارتباطات اتخاذ می‌شوند، اما ارتباطات، به همان اندازه که ابزاری برای متقاعد ساختن است، برای جمع‌آوری اطلاعات نیز به کار

می‌رود. همچنین، ارتباطات، به همان اندازه که یک ابزار بالقوه مفید برای اداره افکار محسوب می‌شود، برای وسوسه کردن افکار نیز مفید است.

مباحث عمومی، صرف نظر از این که چگونه مورد استدلال و یا روشنگری قرار می‌گیرد، تا حدی هر یک از این فرایندها را در برمی‌گیرد. ممکن است به خوبی مباحث عمومی را با اجلاس‌های شهری مقایسه کنیم؛ به شرط این که در نظر بگیریم که هرچند در برخی جلسات شهری مباحث آزادانه دنبال می‌شوند، اما اجلاس‌های دیگری نیز وجود دارد که کسی در آنها حاضر نمی‌شود یا در آنها رهبران قدرتمند و ائتلاف‌های سازمان یافته مسلط هستند یا نظریات مردمی که در اقلیت هستند، در حاشیه قرار می‌گیرند و یا صدایشان خاموش می‌شود. شاید در میان تعهدات موجود در تحقیق افکار عمومی، مهم‌ترین تعهد، یافتن این مهم باشد که به توصیف ما در چگونگی انجام امور عمومی، به طور معمول از همه نزدیک‌تر است.

یادداشت‌ها

۱- مسایل تئوریکی و روش شناسانه در انجام سطوح تحلیل در تحقیقات که اغلب به همان مسایل خرد - کلان برمی گردد، بی شمار و گوناگون هستند و در علوم اجتماعی به آنها توجه زیادی به می شود. مقالات جمع آوری شده در Cicourel (1981) و Knorr-Cetina و Smlser, Munch, Giesen, Alexander (1987) توانستند مسایل بنیادین بسیاری را کشف کنند. برای مباحث عام پیرامون سطوح تحلیل در تحقیق ارتباطات رجوع شود به:

[Pan and McLeod (1991) and Nass and Reeves (1991).]

۲- اصطلاح «عمومی»، به ویژه گهگاهی به این روش مورد استفاده واقع شده است که آن را به مثابه مترادف با هر مخاطب یا همراهی فرض می کنند؛ همانند عمومی که با هم به بازی گلف می روند، عمومی که با هم به سینما می روند و یا مثال هایی که به هواداران یک شخصیت مشهور نمایشی برمی گرد (عمومی که دلباخته او هستند). در سراسر فرضیات ما در این مقاله، از این مفهوم در یک روش بسیار متفاوت استفاده کردیم و آن را به مسایل ناشی از عدم توافق عام یا نگرانی مشترک محدود ساختیم. به عبارت دیگر منظور ما از این اصطلاح بیشتر به «مسایل عمومی» یا «امور عمومی» برمی گردد.

۳- با وجود کاوش های پی در پی پیرامون نقش محتمل رسانه های خبری در پرورش انفعال (بی تحرکی) عمومی، منتقدان رسانه ها هیچ گونه مدرک آشکاری برای چنین

تأثیری ارایه نکردند. در واقع، همان طور که در فصل دوم متذکر شدیم، توجه به اخبار، سطوح مشارکت سیاسی را افزایش می‌دهد نه کاهش.

۴- انباشت مقیاس‌های فردی برای تشریح واحدهای جمعی در تحلیل بسیار مفید هستند. اما این امر، بدون خطرات مفهومی بالقوه وجود ندارد. تبدیل خصوصیات از واحدهای یک سطح به سطح دیگر، برای مثال از افراد به یک گروه، اغلب به بروز ویژگی‌هایی منجر می‌شود که در سطوح هم ریخت نیستند.

برای مثال، همان طور که لازارسفلد و منزل در سال ۱۹۶۱ بیان کردند، در نظر گرفتن هیأت داوران مطلق. که به جمع تصمیمی اتخاذ نمی‌کنند، به عنوان یک جمع، تردیدآور است، اما آن را همچنین در سطح فردی هم نمی‌توان قرار داد. درحقیقت، مسأله کاملاً برعکس است و اعضای هیأت داوران به طور مطلق به مثابه یک جمع در نظر گرفته می‌شوند. بنابراین، یک تحلیل گر بادقت می‌تواند بسیاری از ویژگی‌های مرتبط و توزیعی مفید واحدهای جمعی مرتبط به هم را با استفاده از اطلاعات جمع آوری شده از زیرمجموعه‌هایشان تشخیص دهد و کشف نماید.

۵- مثال با ارزش دیگر از علوم سیاسی، تحقیق بارتلت در سال ۱۹۸۸ پیرامون قدرت نامزدهای انتخاباتی در انتخابات مقدماتی ریاست جمهوری است. وی فرایند کاندیدا شدن در انتخابات را به عنوان یک فرایند پویایی که در آن اولویت‌های عمومی شکل می‌گیرند و در پاسخ به پوشش خبری و شگردهای مبارزات انتخاباتی تغییر می‌کند، مورد بررسی و تحلیل قرار داد. وی سیستم اولیه را برای تمامی ویژگی‌های شگرفی که در نظر داشت، به مثابه یک مکانیزم مؤثر برای انتخاب عمومی مشخص ساخت؛ مکانیزمی که در آن اولویت‌های فردی گوناگون می‌توانستند شکل گیرند و با تعادل متقابل اجتماعی تغییر و اصلاح یابند تا از این راه و در صورت عدم وجود اتفاق نظر، حداقل بتوانند اکثریت راستین را برای یک گزینه منفرد به وجود آورند.

کتابنامه

- Abelson, R. P. (1968). Computers, polls and public opinion-some puzzles and paradoxes. *Transaction*, 5, 20-27.
- Abelson, R. P. (1981). Psychological status of the script concept. *American Psychologist*, 36, 715-729.
- Achen, C. (1975). Mass political attitudes and the survey response. *American Political Science Review*, 69, 1218-1231.
- Allen, V. L. (1965). Situational factors in conformity. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 133-175). New York: Academic Press.
- Allen, V. L. (1975). Social support for nonconformity. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 8, pp. 2-46). New York: Academic Press.
- Allport, F. H. (1924) *Social psychology*. Boston: Houghton Mifflin.
- Allport, F. H. (1937). Toward a science of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 1, 7-23.
- Almond, G. (1950). *The American people and foreign policy*. New York: Harcourt.
- Arterton, F. C. (1987). *Teledemocracy: Can technology protect democracy?* Newbury Park, CA: Sage.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men* (pp. 177-190). Pittsburgh: Carnegie Press.
- Atkin, C. K., & Chaffee, S. H. (1972). Instrumental response strategies in opinion interviews. *Public Opinion Quarterly*, 36, 69-79.
- Bagdikian, B. H. (1975). The U.S. media: Supermarket or assembly line? *Journal of Communication*, 35, 97-109.
- Baker, K. M. (1990). Public opinion as political invention. In *Inventing the French Revolution: Essays on French political culture in the eighteenth century* (pp. 167-199). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

- Baldwin, J. M. (1893). *Elements of psychology*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Ball-Rokeach, S. J., Rokeach, M., & Grube, J.W. (1984). *The great American values test: Influencing behavior and belief through television*. New York: Free Press.
- Bartels, L. M. (1988). *Presidential primaries and the dynamics of public choice*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bern, D. J. (1970) *Beliefs, attitudes, and human affairs*. Belmont, CA: Brooks/Cole.
- Beniger, J. R. (1986). *The control revolution: Technological and economic origins of the information society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bentham, J. (1962). *The works of Jeremy Bentham* (J. Browning, Ed., 11 vols.). New York: Russell & Russell. (Original work published 1838-1843)
- Berelson, B. (1950). Democratic theory and public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 16, 313-330.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P., & McPhee, W. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berelson, B., & Steiner, G. A. (1964). *Human behavior: An inventory of scientific findings*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Binkley, R. C. (1928). The concept of public opinion in the social sciences. *Social Forces*, 6, 389-396.
- Bishop, G. F., Oldendick, R. W., & Tuchfarber, A. J. (1978). Effects of question wording and format on political attitude consistency. *Public Opinion Quarterly*, 42, 81-92.
- Bishop, G. F., Oldendick, R. W., & Tuchfarber, A. J. (1982). Effects of presenting one versus two sides of an issue in survey questions. *Public Opinion Quarterly*, 46, 69-85.
- Bishop, G. F., Oldendick, R. W., Tuchfarber, A. J., & Bennett, S. E. (1980). Pseudo-opinions on public affairs. *Public Opinion Quarterly*, 44, 198-209.
- Blumer, H. (1946). Collective behavior. In A. M. Lee (Ed.), *New outlines of the principles of sociology* (pp. 167-222). New York: Barnes and Noble.
- Blumer, H. (1948). Public opinion and public opinion polling. *American Sociological Review*, 13, 542-554.

- Bogardus, E. S. (1951). *The making of public opinion*. New York: Association Press.
- Bogart, L. (1972). *Silent politics: Polls and the awareness of public opinion*. New York: John Wiley.
- Boynton, G. R., Patterson, S. C., & Hedlund, R. D. (1969). The missing links in legislative politics: Attentive constituents. *Journal of Politics*, 31, 700-721.
- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Forces*, 33, 326-335.
- Bryce, J. (1888). *The American commonwealth* (Vol. 3). London: Macmillan.
- Calder, B. J. (1977). Focus groups and the nature of qualitative marketing research. *Journal of Marketing Research*, 14, 353-364.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The American voter*. New York: John Wiley.
- Cantril, A. H. (1991). *The opinion connection: Polling, politics, and the press*. Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- Cantril, H. (Ed.). (1944). *Gauging public opinion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Cantril, H. (1948). Opinion trends in World War II: Some guides to interpretation. *Public Opinion Quarterly*, 12, 30-44.
- Cantril, H., Gaudet, H., & Herzog, H. (1940). *The invasion from Mars: A study in the psychology of panic*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Carey, J. W. (1978). A plea for the university tradition. *Journalism Quarterly*, 55, 846-855.
- Cartwright, D., & Zander, A. (Eds.). (1953). *Group dynamics: Research and theory*. Evanston, IL: Row, Peterson.
- Chaffee, S. H. (1975). The-diffusion of political information. In S. H. Chaffee (Ed.), *Political communication: Issues and strategies for research* (pp. 85-128). Beverly Hills, CA: Sage.
- Charters, W. W., & Newcomb, T. M. (1952). Some attitudinal effects of experimentally increased salience of a membership group. In E. E. Maccoby, T. M. Newcomb, &

- E. L. Hartley (Eds.), *Readings in social psychology* (3rd ed., pp. 276-281). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Childs, H. L. (1939). By public opinion I mean. ... *Public Opinion Quarterly*, 4, 53-69.
- Childs, H. L. (1965). *Public opinion: Nature, formation, and role*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Cialdini, R. B., Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 32, 357-404.
- Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1983). *Participation in American politics: The dynamics of agenda-building* (2nd ed.). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Cohen, J., Mutz, D., Price, V., & Gunther, A. (1988). Perceived impact of defamation: An experiment on third-person effects. *Public Opinion Quarterly*, 52, 161-173.
- Commission on Freedom of the Press. (1947). *Toward a free and responsible press: A general report on mass communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Converse, J. M. (1987). *Survey research in the United States: Roots and emergence 1890-1960*. Berkeley: University of California Press.
- Converse, J. M., & Presser, S. (1986). *Survey questions: Handcrafting the standardized questionnaire*. (Sage University Papers series on Quantitative Applications in the Social Sciences, series no. 07-063.) Newbury Park, CA: Sage.
- Converse, P. E. (1964). The nature of belief systems in mass publics. In D. E. Apter (Ed.), *Ideology and discontent* (pp. 206-261). New York: Free Press.
- Converse, P. E. (1970). Attitudes and non-attitudes: Continuation of a dialogue. In E. R. Tuft (Ed.), *The quantitative analysis of social problems* (pp. 168-189). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Converse, P. E. (1987). Changing conceptions of public opinion in the political process. *Public Opinion Quarterly*, 51, S12-S24.

- Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protess, D., Leff, D. R., & Molotch, H. L. (1983). Media and agenda setting: Effects on the public, interest group leaders, policy makers and policy. *Public Opinion Quarterly*, 47, 16-35.
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. New York: Charles Scribner.
- Cooley, C. H. (1909). *Social organization: A study of the larger mind*. New York: Charles Scribner.
- Cooper, E., & Jahoda, M. (1947). The evasion of propaganda: How prejudiced people respond to anti-prejudice propaganda. *Journal of Social Psychology*, 23, 15-25.
- Cooper, J., & Croyle, R. T. (1984). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 35, 395-426.
- Crespi, I. (1989). *Public opinion, polls, and democracy*. Boulder, CO: Westview Press.
- Crossley, A. M. (1937). Straw polls in 1936. *Public Opinion Quarterly*, 1, 24. ۳۵-۳۶.
- Cushman, D. P., & McPhee, R. D. (Eds.). (1980). *Message-attitude-behavior relationship*. New York: Academic Press.
- Dahl, R. A. (1956). *A preface to democratic theory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Dahl, R. A. (1961) *Who governs* ?New Haven, CT: Yale University Press.
- Dahl, R. A. (1971). *Polyarchy: Participation and opposition*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Dahl, R. A. (1985). *A preface to economic democracy*. Berkeley: University of California Press.
- Darnton, R. (1982). *The literary underground of the Old-Regime*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Davison, W. P. (1958). The public opinion process. *Public Opinion Quarterly*, 22, 91-106.
- Davison, W. P. (1968). Public opinion: Introduction. In D. L. Sills (Ed.), *International encyclopedia of the social sciences* (Vol. 13, pp. 188-197). New York: Macmillan & Free Press.

- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.
- Davison, W. P. (1987). POQ's fifty-year odessey. *Public Opinion Quarterly*, 51, S4-S11.
- Devine, D. J. (1970). *The attentive public: Polyarchical democracy*. Chicago: Rand McNally.
- Dewey, J. (1927) *The public and its problems*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Dohrenwend, B. S., Colombotos, J., & Dohrenwend, B. P. (1968). Social distance and interviewer effects *Public Opinion Quarterly*, 32, 410-422.
- Doob, L. W. (1948). *Public opinion and propaganda*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Downs, A. (1972). Up and down with ecology: The issue-attention cycle. *Public Interest*, 28, 38-50.
- Edelman, M. (1964). *The symbolic uses of politics*. Urbana: University of Illinois Press.
- Edelman, M., & Mitofsky, W. J. (1990, May). The effect of the interviewer's race in political surveys with multiracial candidates. Paper presented at the annual meeting of the American Association for Public Opinion Research, Lancaster, PA.
- Elsner, H., Jr. (1972). Introduction. In R. E. Park, *The crowd and the public and other essays* (pp. vii-xxv). Chicago: University of Chicago Press.
- Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens: Media and the decay of American politics*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Erksine, H. G. (1962). The polls: The informed public. *Public Opinion Quarterly*, 26, 668-677.
- Erksine, H. G. (1963). The polls: Textbook knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 27, 133-141.
- Escarpit, R. (1977). The concept of the mass *Journal of Communication*, 27, 44-47.
- Ettema, J. S., Whitney, D. C., & Wackman, D. B. (1987). Professional mass communicators. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 747-780). Newbury Park, CA: Sage.

- Eulau, H. (1986). *Politics, self, and society: A theme and variations*. Cambridge, MA - Harvard University Press.
- Fan, D. P. (1988). *Predictions of public opinion from the mass media: Content analysis and mathematical modeling*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Fan, D. P., & Tims, A. R. (1989). The impact of the news media on public opinion: American presidential election, 1987-1988 *International Journal of Public Opinion Research*, 1, 151-163.
- Feldman, S. (1983). Economic individualism and American public opinion. *American Politics Quarterly*, 11, 3-30.
- Feldman, S. (1988). Structure and consistency in public opinion: The role of core beliefs and values. *American Journal of Political Science*, 57, 416-440.
- Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57, 217-281.
- Fields, J. M., & Schuman, H. (1976). Public beliefs about the beliefs of the public. *Public Opinion Quarterly*, 40, 427-448.
- Finkel, S. E., Guterbock, T. M., & Borg, M. J. (1991). Race-of-interviewer effects in a preelections poll: Virginia 1989. *Public Opinion Quarterly*, 53, 313-330.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1984). *(Social cognition*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fleming, D. (1967). Attitude: The history of a concept. *Perspectives in American History* 1, 287-367.
- Foote, N. N., & Hart, C. W. (1953). Public opinion and collective behavior. In M. Sherif & M. O. Wilson (Eds.), *(Group relations at the crossroads)* pp. 308-331 New York: Harper & Bros.
- Gallup, G., & Rae, S. (1940). *The pulse of democracy*. New York: Simon & Schuster.
- Gamson, W. A. (1988). A constructionist approach to mass media and public opinion (Working Paper #20[R]). Chestnut Hill, MA: Boston College, Program in Social Economy and Social Justice
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.

- Gillovich, T. (1981). Seeing the past in the present: The effects of associations to familiar events on judgments and decisions *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 779-808.
- Ginsberg, B. (1986). *The captive public: How mass opinion promotes state power*. New York: Basic Books.
- Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society*, 6, 205-253.
- Glynn, C. J. (1987). The communication of public opinion. *Journalism Quarterly*, 64, 688-697.
- Glynn, C. J.. (1989). Perceptions of others' opinions as a component of public opinion. *Social Science Research*, 18, 53-69.
- Glynn, C. J., & McLeod, J. (1984). Public opinion du jour: An examination of the spiral of silence. *Public Opinion Quarterly*, 48, 731-740.
- Glynn, C. J., & Ostman, R. E. (1988). Public opinion about public opinion. *Journalism Quarterly*, 65, 299-306.
- Graber, D. A. (1982). The impact of media research on public opinion studies. In D. C. Whitney, E. Wartella, & S. Windahl (Eds.), *Mass communication review yearbook* (Vol. 3, pp. 555-564). Beverly Hills, CA: Sage.
- Graber, D. A. (1984). *Processing the news: How people tame the information tide*. New York: Longman.
- Granberg, D. (1984). Attributing attitudes to members of groups. In J. R. Eiser (Ed.), *Attitudinal judgment* (pp. 85-108). New York: Springer-Verlag.
- Grunig, J. E., & Stamm, K. R. (1973). Communication and coorientation of collectivities. *American Behavioral Scientist*, 16, 567-593.
- Gunn, J. A. W. (1983). Public spirit to public opinion. In *Beyond liberty and property: The process of self-recognition in eighteenth-century political thought* (pp. 260-315). Kingston, Canada: McGill-Queen's University Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). Cambridge, MA: MIT Press. (Original work published 1962)

- Held, D. (1987). *Models of democracy*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Hennessey, B. C. (1985). *Public opinion* (5th ed.). Belmont, CA: Brooks/Cole.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.
- Hippler, H. J., Schwarz, N., & Sudman, S. (Eds.). (1987). *Social information processing and survey methodology*. New York: Springer Verlag.
- Hochschild, J. (1981). *What's fair? Americans' attitudes toward distributive justice*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Holssti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Hovland, C. I., Lumsdaine, A. A., & Sheffield, F. D. (1949). *Experiments on mass communication*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hume, D. (1975). *Enquiries concerning human understanding and concerning the principles of morals* (P. H. Nidditch, Ed., 3rd ed.). Oxford, UK: Clarendon Press. (Reprinted from the posthumous edition of 1777; L. A. Selby-Bigge, Ed.)
- Hyman, H. H. (1942). The psychology of status. *Archives of Psychology*, no. 269. New York: Columbia University Contributions to Philosophy and Psychology.
- Hyman, H. H. (1957). Toward a theory of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 21, 54-60.
- Hyman, H. H., Cobb, W. J., Feldman, J. J., Hart, C. W., & Stember, C. H. (1954) *Interviewing in social research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hyman, H. H., & Singer, E. (Eds.). (1968). *Readings in reference group theory and research*. New York: The Free Press.
- Hymes, R. W. (1986). Political attitudes as social categories: A new look at selective memory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 233-241.
- Iyengar, S. (1987). Television news and citizens' explanations of national affairs. *American Political Science Review*, 81, 815-831.

- Iyengar, S. (1990). The accessibility bias in politics: Television news and public opinion. *International Journal of Public Opinion Research*, 2, 1-15.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- James, W. (1890). *The principles of psychology*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Jennings, M. K. (1969). *The federal civil service employees study*. Ann Arbor, MI: Interuniversity Consortium for Political and Social Research.
- Judd, C. M., & Kulik, J. A. (1980). Schematic effects of social attitudes on information processing and recall *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 569-578.
- Kaplan, A. (1964). *The conduct of inquiry*. Scranton, PA: Chandler.
- Katz, D. (1940). Three criteria: Knowledge, conviction, and significance. *Public Opinion Quarterly*, 4, 277-284.
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24, 163-204.
- Katz, D., Cartwright, D., Eldersveld, S., & Lee, A. M. (Eds.). (1954). *Public opinion and propaganda*. New York: Dryden Press.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence*. Glencoe, IL: Free Press.
- Keeter, S. (1990, May). Race-of-interviewer effects in the 1989 Virginia gubernatorial and state legislative election polls. Paper presented at the annual meeting of the American Association for Public Opinion Research, Lancaster, PA.
- Kelley, H. H. (1955). Salience of membership and resistance to change of groupanchored attitudes. *Human Relations*, 3, 275-289.
- Kelman, H. C. (1974). Attitudes are alive and well and gainfully employed in the sphere of action. *American Psychologist*, 24, 310-324.
- Key, V. O., Jr. (1961). *Public opinion and American democracy*. New York: Knopf.
- Kinder, D. R., & Sears, D. O. (1985). Public opinion and political action. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 659-741). New York: Random House.

- Kingdon, J. W. (1970). Opinion leaders in the electorate. *Public Opinion Quarterly*, 34, 256-261.
- Knorr-Cetina, K., & Cicourel, A. V. (Eds.). (1981) *Advances in social theory and methodology: Toward an integration of micro- and macro-sociologies*. Boston: Routledge & Kegan Paul.
- Kornhauser, W. (1959). *The politics of mass society*. New York: Free Press.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Krosnick, J. A. (1988a). The role of attitude importance in social evaluation: A study of policy preferences, presidential candidate evaluations, and voting behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 196-210.
- Krosnick, J. A. (1988b). Attitude importance and attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24, 240-255
- Krosnick, J. A. (1990). Government policy and citizen passion: A study of issue publics in contemporary America. *Political Behavior*, 12, 59-92.
- Krosnick, J. A., & Berent, M. K. (1990, May). The impact of verbal labeling of response alternatives and branching on attitude measurement reliability in surveys. Paper presented to the annual meeting of the American Association for Public Opinion Research, Lancaster, PA.
- Lane, R. E. (1962) *Political ideology*. New York: Free Press.
- Lane, R. E., & Sears, D. O. (1964). *Public opinion*. Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall.
- Lang, G. E., & Lang, K. (1983). *The battle for public opinion: The president, the press, and the polls during Watergate*. New York: Columbia University Press.
- Lasorsa, D. L. (1989). Real and perceived effects of "Amerika". *Journalism Quarterly*, 66, 373-378.

- Lasswell, H. D. (1927) *Propaganda technique in the world war*. New York: Knopf.
- Lasswell, H. D. (1941) *Democracy through public opinion*. Menasha, WI: George Banta.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp.37-51) New York: Harper & Row.
- Lasswell, H. D. (1957). The impact of public opinion research on our society. *Public Opinion Quarterly*, 21,33-39.
- Lazarsfeld, P. F. (1944). The controversy over detailed interviews-an offer for negotiation. *Public Opinion Quarterly*, 8,38-60.
- Lazarsfeld, P. F. (1957). Public opinion and the classical tradition. *Public Opinion Quarterly*, 21, 39-53.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944) *The people's choice*. New York: Duell, Sloan & Pearce.
- Lazarsfeld, P. F., & Menzel, H. (1961). On the relations between individual and collective properties. In A. Etzioni (Ed.), *Complex organizations: A sociological reader* (pp. 422-450). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1948). Mass communication, popular taste, and organized social action. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 95-118) New York: Harper & Row.
- LeBon, G. (1960) *The crowd* (R.K. Merton, Ed.). New York: Viking. (Original work published 1895)
- Leff, D., Protes, D., & Brooks, S. (1986). Changing public attitudes and policymaking agendas. *Public Opinion Quarterly*, 50, 300-314.
- Lewin, K. (1948). *Resolving social conflicts: Selected papers on group dynamics*. New York: Harper & Row.
- Lichter, S. R., & Rothman, S. (1981, October/ November). Media and business elites. *Public Opinion*, 4,42-46,59-60.

- Likert, R. (1931). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*. New York: Columbia University Press.
- Link, H. C. (1943). An experiment in depth interviewing on the issue of internationalism vs. isolationism. *Public Opinion Quarterly*, 7, 267-279.
- Linsky, M. (1986). *Impact: How the press affects federal policymaking*. New York: W. W. Norton.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Lippmann, W. (1925). *The phantom public*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Liska, A. E. (Ed.) (1975) *The consistency controversy: Readings on the impact of attitudes on behavior*. New York: Wiley.
- Locke, J. (1975). *An essay concerning human understanding* (A. C. Fraser, Ed., 2 vols.) Oxford, UK: Clarendon Press. (Original work published 1690)
- Locke, J. (1963). *Two treatises of government*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. (Original work published 1690)
- Lowell, A. L. (1913). *Public opinion and popular government*. New York: Longmans, Green.
- Luskin, R. C. (1987). Measuring political sophistication. *American Journal of Political Science*, 31, 856-899.
- Lynd, R. S., & Lynd, H. M. (1929). *Middletown: A study in American culture*. New York: Harcourt, Brace.
- Macaulay, T. B. (1898) *Complete works*. New York: Putnam's.
- McCombs, M. E & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McDougall, W. (1920). *The group mind*. New York: Putnam's.
- McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.) *The handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 233-346). New York: Random House.
- Mackay, C. (1956) *Extraordinary popular delusions and the madness of crowds*. London: G. G. Harrap. (Original work published in 1841)
- Mackie, D. M. (1986). Social identification effects in group polarization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 720-728.

- MacKuen, M. B & Coombs, S. L. (1981). *(More than news: Media power in public affairs)*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Madison, J. (1966) *The Federalist papers*. New York: Doubleday. (Original work published 1788)
- Marcus, A. S., & Bauer, R. A. (1964). Yes: There are generalized opinion leaders. *Public Opinion Quarterly*, 28, 628-632.
- Markus, H., & Zajonc, R. B. (1985). The cognitive perspective in social psychology. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 1, pp. 137-230). New York: Random House.
- Merten, K. (1985). Some silence in the spiral of silence. In K. Sanders, L. L. Kaid, & D. Nimmo (Eds.) *Political communication yearbook*, 1984 (pp. 31-42). Carbondale: Southern Illinois Press.
- Merton, R. K. (1987). The focussed interview and focus groups: Continuities and discontinuities. *Public Opinion Quarterly*, 51, 550-566.
- Merton, R. K., Fiske, M., & Curtis, A. (1971) *Mass persuasion*. Westport, Ca.: Greenwood Press. (Original work published 1946)
- Merton, R. K., & Kendall, P. L. (1946). The focussed interview. *American Journal of Sociology*, 51, 541-557.
- McClosky, H. (1964). Consensus and ideology in American politics. *American Political Science Review*, 58, 361-382
- Milbrath, L. (1963). *The Washington lobbyists*. Chicago: Rand McNally.
- Miller, W. E & Stokes, D. E. (1963). Constituency influence in Congress.
- Mills, C. W. (1956). *The power elite*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Minar, D. W. (1960). Public opinion in the perspective of political theory. *The Western Political Quarterly*, 23, 31-44.
- Moscovici, S. (1976) *Social influence and social change*. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1985). Social influence and conformity. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 347-412). New York: Random House.

- Mutz, D. C. (1989). The influence of perceptions of media influence: Third person effects and the public expression of opinions. *International Journal of Public Opinion Research*, 1, 3-23.
- Namenwirth, J. Z., Miller, R. L., & Weber, R. P. (1981). Organizations have opinions: A redefinition of publics. *Public Opinion Quarterly*, 45, 463-476.
- Nass, C. I., & Reeves, B. (1991). Combining, distinguishing, and generating theories in communication research: A domains of analysis framework. *Communication Research*, 18, 240-261.
- Nathans, B. (1990). Habermas's "public sphere" in the era of the French Revolution. *French Historical Studies*, 16, 620-644.
- Neuman, W. R. (1986). *The paradox of mass politics: Knowledge and opinion in the American electorate*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nie, N. H., Verba, S., & Petrocik, J. R. (1976). *The changing American voter*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nimmo, D. (1978). *Political communication and public opinion in America*. Santa Monica, CA: Goodyear. -
- Noelle-Neumann, E. (1970). Wanted: Rules for wording structured questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, 34, 191-201.
- Noelle-Neumann, E. (1979). Public opinion and the classical tradition. *Public Opinion Quarterly*, 43, 143-156.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The spiral of silence: Public opinion-our social skin*. Chicago: University of Chicago Press. (Original work published 1980)
- O'Gorman, H. J. (1975). White and black perceptions of racial values. *Public Opinion Quarterly*, 43, 48-59.
- O'Gorman, H. J., with Garry, S. L. (1976). Pluralistic ignorance-A replication and extension. *Public Opinion Quarterly*, 40, 449-458.
- Olien, C. N., Tichenor, P. J., Donohue, G. A., Sandstrom, K. L., & McLeod, D. M. (1990). Community structure and editor opinions about planning. *Journalism Quarterly*, 67, 119-127.

- Ozouf, M. (1988). "Public opinion" at the end of the Old Regime. *Journal of Modern History*, 60, S-1-821.
- Page, B. I., Shapiro, R. Y., & Dempsey, G. R. (1987). What moves public opinion? *American Political Science Review*, 81, 23-43.
- Paisley, W. (1984). Communication in the communication sciences. In B. Dervin & M. J. Voigt (Eds.), *Progress in the communication sciences* (Vol. 5, pp. 1-43). Norwood, NJ: Ablex.
- Palmer, P. A. (1936). Public opinion in political theory. In C. Wittke (Ed.), *Essays in history and political theory: In honor of Charles Howard McIlwain* (pp. 230-257). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Pan, Z., & McLeod, J. M. (1991). Multilevel analysis in mass communication research. *Communication Research*, 18,140-173.
- Park, R. E. (1972). *The crowd and the public and other essays* (H. Elsnor, Jr., Ed., C. Elsnor, Trans.). Chicago: University of Chicago Press. (Original work published 1904)
- Pateman, C. (1970). *Participation and democratic theory*. London: Cambridge University Press.
- Payne, S. L. (1951). *The art of asking questions*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Pearce, W. B., Stamm, K. R., & Strentz, H. (1971). Communication and polarization during a campus strike. *Public Opinion Quarterly*, 35, 228-236.
- Perloff, R. M. (1989). Ego-involvement and the third person effect of televised news . *Communication Research*,16,236-262.
- Peters, J. D. (1989). Revising the 18th-century script. *Gannett Center journal*, 3, 152-166.
- Pratkanis, A. R., & Greenwald, A. G. (1989). A sociocognitive model of attitude structure and function. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 22, pp. 245-285). New York: Academic Press
- Price, V. (1988). On the public aspects of opinion: Linking levels of analysis in public opinion research. *Communication Research*, 15, 659-679.

- Price, V. (1989). Social identification and public opinion: Effects of communicating group conflict. *Public Opinion Quarterly*, 53, 197-224.
- Price, V., & Hsu, M. L. (1992). Public opinion about AIDS: The role of misinformation and attitudes toward homosexuals. *Public Opinion Quarterly*, 56, 29-52.
- Price, V., Ritchie, L. D., & Eulau, H. (1991). Cross-level challenges for communication research. *Communication Research*, 18, 262-271.
- Price, V., & Roberts, D. F. (1987). Public opinion processes. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 781-816). Newbury Park, CA: Sage.
- Price, V., & Zaller, J. (1990, August). Measuring individual differences in likelihood of news reception. Paper presented to the annual conference of the American Political Science Association, San Francisco, CA.
- Protest, D.; L., Cook, F. L., Curtin, T. R., Gordon, M. T., Leff, D. R., McCombs, M. E., & Miller, P. (1987). The impact of investigative reporting on public opinion and policy making: Targeting toxic waste. *Public Opinion Quarterly*, 51, 166-185.
- Protest, D. L., Leff, D. R., Brooks, S. C., & Gordon, M. T. (1985). Uncovering rape: The watchdog press and the limits of agenda-setting. *Public Opinion Quarterly*, 49, 19-37.
- Prothro, J. W., & Grigg, C. M. (1960). Fundamental principles of democracy: Bases of agreement and disagreement. *Journal of Politics*, 22, 276-294.
- Reid, F. M. (1983). Polarizing effects of intergroup comparison. *European Journal of Social Psychology*, 13, 105-106.
- Riecken, H. W. (1952). Some problems of consensus and development. *Rural Sociology*, 17, 245-252.
- Riesman, D., & Glazer, N. (1948). The meaning of opinion. *Public Opinion Quarterly*, 12, 633-648.

